



**ESCOLA DE NEGÓCIOS E GOVERNAÇÃO**

**Curso:** Relações Públicas e Secretariado Executivo

**TEMA:**

**As TIC enquanto instrumentos da Comunicação Organizacional**

**- O caso do NOSI -**

**Realizado por:** Vónica Nair Spencer dos Santos

**Orientador:** Prof. Doutor Daniel Medina

**Ano Lectivo:** 2011/2012



## **ESCOLA DE NEGÓCIOS E GOVERNAÇÃO**

**Curso:** Relações Públicas e Secretariado Executivo

### **TEMA:**

**As TIC enquanto instrumentos de Comunicação Organizacional**

**- O caso do NOSI –**

Monografia apresentada à Universidade de Cabo Verde, como requisito para conclusão do curso de licenciatura em **Relações Públicas e Secretariado Executivo**, tendo como orientador de conteúdos o Prof. Doutor Daniel Medina

**Ano Lectivo:** 2011/2012

## **Agradecimentos**

Os meus sinceros agradecimentos ao meu orientador, Prof. Doutor Daniel Medina, pela confiança que depositou em mim, tendo-me acompanhado na concretização deste desafio. Igualmente a todos que aceitaram colaborar comigo neste trabalho. À minha colega Mónica Rodrigues, ao Júlio Fortes da Micromat pelo apoio, e aos meus colegas de trabalho Carlos Lopes e Neusa Gama da Autoverde, que sempre me apoiaram durante todos estes anos.

Agradeço, por fim, a todos os meus familiares em especial à minha mãe, a meus irmãos e amigos, que me apoiaram em todos os momentos.

## Resumo

Este trabalho tem como objectivo analisar o papel das TIC dentro do processo organizacional, tendo como estudo de caso o NOSI – Núcleo Operacional para a Sociedade de Informação.

O uso das TIC hoje em dia tem-se tornado cada vez mais presente no seio das organizações, que estão cada vez mais a apostar na eficiência, para poderem atingir os seus objectivos, acompanhar o mercado que está cada vez mais competitivo, e dar respostas em tempo real e num curto espaço de tempo. Por isso, é extremamente importante o uso das TIC dentro do processo organizacional.

No actual contexto é natural que as organizações recorram às TIC como forma de terem os seus negócios bem sucedidos no mercado, tirando e trazendo vantagem também para a comunicação interna como externa.

As TIC não são meros instrumentos que circulam no local do trabalho, mas sim novos suportes tecnológicos que tornam mais fácil o acesso à comunicação e à informação, nomeadamente pela velocidade e rapidez e encurtando as distâncias.

O estudo pretende ainda demonstrar o papel das TIC no seio de uma organização. Neste caso a organização em estudo é o NOSI. Tratando-se de um estudo qualitativo, os métodos utilizados foram o inquérito por questionário.

O trabalho divide-se em três capítulos, sendo dois de enquadramento teórico e um prático no qual se inclui o estudo de caso, onde se abordam os assuntos com mais profundidade.

**Palavras-chave:** Tecnologia; Comunicação; Organização.

**Abreviaturas**

**TI** – Tecnologias de Informação

**TIC** – Tecnologias de Informação e Comunicação

**NOSI** – Núcleo Operacional para a Sociedade de Informação

**RAFE** – Reforma da Administração Financeira do Estado

**SIGOF** – Sistema Integrado para a Gestão Orçamental e Financeira do Estado

## ÍNDICE

Introdução.....	1
Problema de Pesquisa .....	2
Objectivos.....	2
Objectivo Geral .....	2
Analisar o papel das TIC dentro do processo organizacional;.....	2
Objectivos Específicos.....	2
Hipóteses .....	3
Hipótese Geral .....	3
Hipóteses Específicas .....	3
Justificativa.....	3
CAPÍTULO I.....	6
1.1. A Sociedade da Informação e as Organizações .....	6
1.2. A Natureza da Técnica .....	8
1.3. O Papel das TIC na Comunicação Empresarial .....	9
1.4. As Tecnologias de Informação no Mundo dos Negócios .....	9
1.5. As Vantagens da Utilização das TIC.....	11
1.6. Tipos de Tecnologias de Comunicação e Informação .....	13
1.7. Os Efeitos das Novas Tecnologias nos Negócios .....	15
1.8. Internet & Negócios/Comunicação .....	17
1.9. Os Processos Organizacionais e as TIC .....	17
1.10. Acesso ao Mercado.....	18
1.11. Como Melhorar as Tecnologias da Informação e Comunicação .....	19
1.12. Comunicações e Redes de Dados .....	21
1.12.1. Serviços <i>Online</i> .....	21
1.13. As Redes Telemáticas.....	22
1.14. A Interactividade nas Novas Tecnologias .....	22
1.15. Dinâmica Relacional.....	24
1.16. Nova Realidade nas Comunicações Globais .....	25
1.17. As Modalidades de Territorialidade e de Relações Sociais.....	25
1.17.1. Parcerias Globais.....	28

<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>29</b>
2.1. Comunicação Organizacional .....	29
2.2 Mudanças nas Organizações .....	31
2.3. Comunicação Interna.....	32
2.4. Comunicação Bidireccional .....	33
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1. Caracterização da Organização em estudo.....</b>	<b>35</b>
3.2. Desafios .....	35
3.2.1. Missão .....	37
3.2.2. Objectivos .....	37
3.2.3. Valores .....	38
3.2.4. Visão.....	38
3.2.5. Áreas de Acção.....	38
3.3. Metodologia de Pesquisa.....	40
3.4. Caracterização da Amostra.....	41
3.4.1. Análise dos questionários aplicados aos colaboradores .....	41
Considerações Gerais Finais .....	49
Referências Bibliográficas .....	51
Referências Sitográficas.....	54
Anexos .....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relacionamento entre os colaboradores .....	41
Gráfico 2 - Cultura Organizacional.....	42
Gráfico 3 - Habilitação dos colaboradores.....	42
Gráfico 4 - Desafio para os colaboradores .....	43
Gráfico 5 - Motivação dos colaboradores .....	43
Gráfico 6 - Exigências que o trabalho requer.....	44
Gráfico 7 - Desempenho dos colaboradores .....	44
Gráfico 8 - Ferramentas de comunicação.....	45
Gráfico 9 - Mudança TIC/Ritmo de trabalho.....	45
Gráfico 10 - Satisfação dos colaboradores.....	46
Gráfico 11 – Instrumentos de comunicação no NOSI .....	46
Gráfico 12 - Comunicação Interna/Externa .....	47
Gráfico 13 - TIC/Ferramenta de Trabalho .....	47

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Logótipo do NOSI 1.....	35
--	----



## **Introdução**

Este trabalho postula-se como uma mais-valia para o estudo académico e surge da necessidade de atender às exigências do curso e do interesse em trabalhar este tema.

“As TIC enquanto instrumentos da comunicação organizacional” têm como objectivo analisar o seu papel dentro do processo organizacional. Como estudo de caso escolhemos o NOSI, que actua neste ramo e que utiliza as TIC para interagir da melhor forma com os seus públicos - tanto interno como externo -, visto que num mercado cada vez mais competitivo, as organizações precisam utilizar ferramentas que lhes permitam realizar uma eficiente comunicação a fim almejarem atingir os seus objectivos.

Segundo Sousa (2009), ao longo dos últimos anos foi sendo (correctamente) sustentada a ideia generalizada de que a informação é um dos principais recursos que uma organização possui para fazer face às contínuas exigências do mercado e, em última análise, ao seu próprio sucesso.

Na perspectiva de Laurindo (2002)

“A sociedade vive hoje rodeada de aparatos tecnológicos. As ferramentas e canais de comunicação multiplicam-se na mesma velocidade do mundo digital. Essa realidade não é diferente para as organizações. As tecnologias de informação e comunicação estão presentes nas organizações contemporâneas, e suas implicações nos relacionamentos já são notórias. Elas removeram obstáculos e disponibilizaram alternativas para problemas de informações nas organizações.” (Laurindo, 2002:22)

Ainda segundo o mesmo autor, diz que a tecnologia de informação é mais abrangente do que o processo de dados ou o conjunto de *hardware* e *software*, porque envolve aspectos humanos, administrativos e organizacionais, ou seja o uso de sistemas de informação evolui para além de um suporte administrativo, para um papel estratégico dentro da organização. Ao mesmo tempo em que ela traz alternativas à comunicação, traz também desafios à gestão,

principalmente no que se refere aos impactos das novas tecnologias nas pessoas por elas envolvidas.

A metodologia fundamenta-se na reflexão teórica e prática, a fim de analisar vários bibliografias pertinentes ao assunto baseando num estudo de caso.

### **Problema de Pesquisa**

Como sabemos, hoje as organizações dependem muito das TIC para poderem efectuar as suas comunicações de forma cada vez mais eficaz. Perante um mundo globalizado as organizações precisam desse valioso instrumento para atingir os objectivos preconizados. Neste caso – natural se torna – que recorram às TIC como forma de efectivar a comunicação no sentido de atingir diversos públicos, tanto interno como externo.

A comunicação interna entre os colaboradores é igualmente feita através das TIC que facilitam o funcionamento da organização entre os mesmos. Por isso, o nosso problema de pesquisa é:

- De que forma as TIC podem influenciar a comunicação interpessoal entre os colaboradores?

### **Objectivos**

#### **Objectivo Geral**

Analisar o papel das TIC dentro do processo organizacional;

#### **Objectivos Específicos**

- a. Analisar a aplicabilidade das TIC e as novas possibilidades do seu aproveitamento para o sucesso das organizações voltadas para os diversos públicos;
- b. Demonstrar a necessidade de incorporação das TIC nas organizações por forma a facilitar o processo de interacção entre os colaboradores;
- c. Aferir os resultados da implementação das TIC como instrumento privilegiado de comunicação, tomando como ponto de partida e de estudo de caso.

## **Hipóteses**

### **Hipótese Geral**

- a. As TIC influenciam a comunicação interpessoal e, conseqüentemente, a comunicação organizacional. O estudo de caso preconiza demonstrar isso mesmo.

### **Hipóteses Específicas**

- a. A inserção das ferramentas de informação e comunicação nas organizações, em particular no NOSI são de extrema importância, mas nem sempre são utilizadas da melhor forma para promover e estimular as relações interpessoais para contactos face a face;
- b. As TIC são fundamentais para a planificação da comunicação estratégica em qualquer organização moderna não descurando, no entanto, os contactos interpessoais.

## **Justificativa**

O novo paradigma da comunicação organizacional obriga as empresas/instituições a reformular a sua forma de comunicar dentro e fora da organização, tendo em conta que a comunicação, hoje, no seio da mesma propaga através das TIC, devido à globalização e também para acompanhar as transformações que estão a acontecer no mundo.

Com este tema pretende-se dar um contributo às empresas nacionais no sentido dos gestores terem uma maior preocupação com o uso destas ferramentas que são muito importantes para o funcionamento de qualquer organização.

Tendo em conta que a bibliografia desta temática nas nossas bibliotecas, é escassa, cremos que o nosso trabalho monográfico poderá vir a constituir-se como um documento de pesquisa no qual os próximos orientandos/alunos colherão referências para os seus trabalhos de pesquisa, ou mesmo de outros possíveis interessados.

O rápido evoluir dos mercados, a forte pressão da concorrência e as crescentes exigências dos consumidores, trazem consigo a necessidade de se desenvolverem constantemente novos processos para maximizar a capacidade da informação em contribuir

para uma maior qualidade, produtividade, rapidez e rentabilidade na empresa, sendo neste contexto que Sousa (2009) afirmou que surgem as chamadas Tecnologias de Informação.

Segundo Balancieri, Bovo, Kern, Santos Pacheco e Barcia (2005), as TIC é a abreviação de "Tecnologia da Informação e Comunicação", um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, usadas para distribuir e compartilhar informações e que podem proporcionar a comunicação de vários tipos de processos existentes nos diversos sectores ou actividades profissionais, nomeadamente no ensino e na pesquisa científica, na área bancária e financeira, religiosa, etc.

De acordo com Sousa (2009), o conceito de Tecnologia de Informação surge enquanto conjunto de equipamentos, programas e conhecimentos, que são utilizados tanto a nível pessoal com a nível organizacional, das ferramentas utilizadas na organização o computador destaca-se porque existe uma maior interacção com a componente humana das organizações.

Na perspectiva de Ramos (2008), Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), surgiram no contexto da revolução informática, revolução telemática ou terceira revolução industrial, desenvolvidos desde a segunda metade da década de 1970, e que são um conjunto de equipamentos que servem para comunicar e processar informação.

Na opinião de Castells Manuel (1999), os usos das novas tecnologias de telecomunicações nas duas décadas passadas passaram por três estágios distintos, no qual se destaca a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações. Nos dois primeiros estágios, o progresso da inovação tecnológica baseou-se em aprender e no terceiro estágio, os usuários aprenderam a tecnologia fazendo, o que acabou resultando na reconfiguração das redes e na descoberta de novas aplicações. O ciclo de realimentação entre a introdução de uma nova tecnologia, seus usos e seus desenvolvimentos em novos domínios torna-se muito mais rápido no novo paradigma tecnológico. As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos.

Finalmente, para os autores Kroenke (1992) e Laundon (1999), as TIC denomina-se por um conjunto de recursos tecnológicos que estão integrados entre si, e que funcionam por meio das funções de *hardware* e *software* e telecomunicações, contribuindo assim por melhor desempenho das tarefas, a automação e comunicação dos processos de negócios, e de todos que estão ligados aos processos de informação e comunicação.

Segundo Sousa (2009), surgiu um conjunto dispositivos e invenções mecânicas para facilitar as tarefas, por causa da necessidade que o homem sentiu para realizar de forma rápida e fiável as suas tarefas.

## CAPÍTULO I

### 1.1. A Sociedade da Informação e as Organizações

Conforme definido por Foucault (1986) a modernidade é entendida como o período entre o final do século XVIII e início do século XIX, na modernidade teve um avanço significativo na Revolução Industrial no qual transformou as relações sociais e económicas, e uma das causas do distanciamento entre os dois mundos contemporâneo e a modernidade é devido ao acelerado desenvolvimento de tecnologias inovadoras, o homem contemporâneo é resultado das experiências vividas pelo homem moderno, assim como a sociedade informal é resultado das vivências da sociedade industrial, as máquinas passaram a substituir uma grande parte das tarefas rotineiras feitas pelos homens e a natureza do trabalho e da sociedade transformaram-se.

Actualmente, as mudanças nas formas económicas de outras formas institucionais, que se inter-relacionam constantemente, são mais rápidas e melhor percebidas pela alteração de inúmeras actividades no quotidiano dos cidadãos, isto porque presencia-se na contemporaneidade a revolução da informação, que vem alterando significativamente em muitos aspectos.

Lenski (1995) *apud* Turner (2000) consideram que às tecnologias moldaram a estrutura da economia e, conseqüentemente, a cultura da sociedade, independente da época, também consideram-nas nos diferentes momentos da sociedade como sendo a fonte da mudança social nos aspectos humanas.

No âmbito organizacional, as tecnologias da informação e comunicação (TIC) provocaram uma mudança na produção e, agora, estão a provocar uma mudança nos outros sectores como gestão das pessoas, consideradas como factores-chave para a qualidade e

produtividade em mercados competitivos. Os padrões da sociedade acompanham a expansão das tecnologias a produção aumenta e se torna mais complexa e os modos de vida e relacionamento se transformam. De facto, o desenvolvimento de tecnologias emergentes evidenciou-se como um factor de alavancagem de mudanças nas sociedades.

Além das tecnologias, Turner (2000) considera que a vida humana caracteriza-se pelo constante movimento das estruturas sociais interligadas, como a família, escola e outras instituições e é possível perceber que elas são capazes de moldar os indivíduos e aponta as estruturas sociais como outra fonte de mudança.

De acordo com Castells (2000), três processos históricos paralelos sucederam-se no início dos anos 70 de modo a conduzirem para a adopção de um novo paradigma tecnológico. É de destacar a revolução das tecnologias da informação, a crise económica do capitalismo e do estatismo que ocasionaram a sua reestruturação e os movimentos sociais e culturais.

Tanto no campo económico quanto no social, as tecnologias da informação tornam-se ferramentas indispensáveis, ou seja com a revolução das tecnologias de informação transformou as bases matérias da sociedade induzindo a informação como nova base material da sociedade. As tecnologias passaram a agir sobre a informação e não apenas a informação agir sobre a tecnologia, como no passado.

As redes foram eliminando, o antigo formato de organização dessas actividades, caracterizado pelo modelo centralizado e hierárquico dando maior, flexibilidade, adaptabilidade e habilidade para administrar complexidades.

A partir daí toda a organização das actividades humanas passou a ser em formato de redes, houve novas formas de organização e interacção social por meio das redes de informação electrónicas.

Em relação à crise do capitalismo e estatismo, adoptou novas políticas que conduziram, dentre outras mudanças, à globalização das actividades económicas, desse modo pode-se dizer que o estatismo não se mostrou capaz de se adequar à Era da Informação e o capitalismo adoptou novas políticas que conduziram, dentre outras mudanças, à globalização das actividades económicas.

O mundo a partir daí passou a ter regras económicas comuns. Surgiram, novas maneiras de organizar e operar empresas, outras formas de produzir e consumir, novos

produtos e mercados, diferentes formas de organização. Enquanto alguns sectores desapareceram, outros rejuvenesceram e alguns surgiram e entre os que surgiram constata-se o sector de informação e conhecimento. Denomina-se de capitalismo informacional por ser impulsionado pelas tecnologias da informação.

Na perspectiva de Neves (2005), as tecnologias de informação, têm sido utilizadas em empreendimentos onde os recursos de conhecimento e de informação são de grande utilidade por serem responsáveis pela captação, armazenamento, disseminação da informação e tratamento, podemos ver nas organizações e nas áreas administrativas e produtivas, ou áreas dentro das organizações cujo negócio está ligado a pesquisa e desenvolvimento.

## **1.2. A Natureza da Técnica**

Segundo Rodrigues (1999) durante os últimos três séculos, a técnica foi entendida como o domínio da concepção, da investigação e do desenvolvimento de utensílios e de instrumentos destinados à manipulação e à observação da natureza. O processo de industrialização fez com que a nossa experiência do mundo passasse a depender da invenção de máquinas, que substituem o homem na realização de inúmeras tarefas produtivas. Mas, nas últimas décadas, foi a nossa própria experiência humana que se tornou objecto da intervenção técnica. Passámos a contar com a invenção de dispositivos auto-regulados capazes de processar a informação, à semelhança dos dispositivos instintivos que regulam as respostas dos organismos vivos aos estímulos do meio ambiente.

Apesar de serem ainda muito recentes, as redes da informação implantam-se numa velocidade exponencial, ultrapassando a nossa própria capacidade humana de compreensão, de apropriação e de adaptação.

É, de facto, a partir da década de 80 que se consuma a cobertura completa do planeta com os satélites de telecomunicações, se assiste à instalação, nas regiões mais habitadas, de redes digitais multimédia e de cabos coaxiais de fibra óptica, que asseguram tanto a transmissão de comunicações telefónicas, de mensagens sonoras e visuais, como a transmissão de dados.



### **1.3. O Papel das TIC na Comunicação Empresarial**

As Tecnologias de Informação representam actualmente, segundo Sousa (2009) um elemento preponderante para a gestão de uma empresa. Das operações à contabilidade, da logística aos recursos humanos, em todas as áreas encontramos a presença, maior ou menor, de equipamentos e soluções informáticas.

Momentos na vida de uma empresa em que as decisões relacionadas com a aquisição de um sistema informático se revelam de extrema importância:

- Sempre que exista necessidade de reestruturação, de equipamento e/ou programas, seja a nível de uma área funcional ou global.
- Na alteração ou concepção de um sistema de informação ligado a processos críticos da organização;
- Na concepção do primeiro sistema de informação;

### **1.4. As Tecnologias de Informação no Mundo dos Negócios**

Para Castells (1999), as tecnologias de informação esta a promover uma linguagem digital única, integração global, interactividade, e novas formas de comunicação.

As Tecnologias de Informação são conceituadas como um mundo interligado, que esta a estreitar relações, diminuindo distâncias entre as pessoas, culturas e nações existentes entre diferentes sectores tanto, económicas, políticas e sociais. Para qualquer negócio bem sucedido as tecnologias de informação é um factor chave e ela têm produzido métodos de comunicação mais rápidos e eficientes. O nível de conectividade em muitas empresas aumentou drasticamente devido a invenções mais recentes, que estão sendo incorporadas no local de trabalho. As empresas tornaram-se mais acessíveis e eficientes graças às tecnologias de informação.

As empresas começaram a aplicar os avanços nas tecnologias de informação anos atrás, criando *sites*, aumentando em todo o mundo a consciência da sua existência e a atrair novos clientes. Hoje, muitas empresas também estão a aproveitar o poder das ferramentas de redes sociais como *LinkedIn*, *Facebook* e *Twitter*, que os ajuda a partilhar as notícias mais recentes e chegar aos seus clientes directamente. Porque essas ferramentas são

interactivas, as empresas podem usar o *feedback* instantâneo que recebem como uma forma de acelerar a investigação, ajudando-os a desenvolver e a crescer o seu negócio mais rapidamente.

A velocidade em pesquisa e desenvolvimento é vital para permanecer no topo da competição no mundo dos negócios. As tecnologias de informação oferecem às empresas com urgência em todos os níveis, mantendo contacto como se estivessem na sala ao lado. Este nível de conectividade ajuda a criar uma oportunidade mais igual tanto para os empregadores a encontrar o seu trabalho ideal e para as pequenas empresas a ter as mesmas vantagens e acesso a clientes como a grandes empresas.

As Tecnologias de informação estão em constante evolução, e no mundo dos negócios continua a mudar com ele. Com funcionários equipados com PDA, os empregadores podem promover a realização de conferências de vídeo com colegas de todo o mundo e uma ampla gama de novas aplicações multimédia e de *software* que melhorem a eficácia dos produtos, todas as áreas de negócios têm a oportunidade de se tornar mais transparentes, acessível e verdadeiramente útil ao fornecer o seu serviço.

Segundo Sousa (2009) a aplicação de meios informáticos na organização é uma das condicionantes actuais para a eficácia da empresa, que se reflecte em todos os seus sectores, influenciando directamente a produtividade e a qualidade dos seus produtos ou serviços.

Entre muitos outros, seguem-se alguns dos exemplos mais relevantes da aplicação das tecnologias de informação numa organização:

Na Indústria

**Pode constatar mais controlo na produção, segurança industrial, etc.**

No Comércio:

Gestão de stocks e inventários, codificação de produtos e terminais de pagamento automático.

Na Medicina / Investigação Científica:

Manipulação de compostos químicos, concepção de novos medicamentos, telemedicina, análises clínicas e meios de diagnóstico.

#### Na Actividade Bancária / Financeira

Projecções financeiras, gestão de clientes, gestão de transacções; terminais automáticos; e *Homebanking*.

#### No Ensino/Formação:

Actividades de gestão escolar; Instrução assistida por computador/ ensino baseado em computador, o que engloba actividades tão diversas como a matemática, a história, a condução de veículos automóveis ou a simulação de voo; e a tecnologias na área do *e-learning*.

#### Na Gestão Empresarial:

Planeamento de projectos e objectivos; análise financeira e contabilidade; gestão de recursos humanos; e por fim a área administrativa e secretariado.

Segundo Sousa (2009) é cada vez mais difícil encontrar uma empresa onde as tecnologias de informação não contribuem fortemente para sua qualidade, organização e produtividade e têm um papel fundamental.

Hoje as organizações têm a possibilidade de focarem recursos globais em tarefas locais e as novas tecnologias de informação e comunicação e, particularmente, a Internet, vêm se tornando geração de conhecimento com grandes capacidade de interconexão em todas as actividades e a principal ferramenta de distribuição de informação.

### **1.5. As Vantagens da Utilização das TIC**

Num contexto pessoal ou profissional, de uma forma directa ou indirecta, poderemos encontrar a utilização dos meios informáticos nas mais variadas actividades e situações. Segundo Sousa (2009) actualmente, as tecnologias de informação estão presentes em praticamente todas as actividades do nosso dia-a-dia, num contexto pessoal ou profissional, de uma forma directa ou indirecta, poderemos encontrar a utilização dos meios informáticos nas mais variadas actividades e situações.

A sua utilização já é vista como instrumento de aprendizagem e a sua acção no meio social vem aumentando de forma rápida entre as pessoas. Cresce o número de famílias que

possuem nas suas residências um computador. A cada dia que passa, a informática vem adquirindo cada vez mais relevância na vida das pessoas e nas empresas.

O uso da Internet já permite que as empresas facilitem as suas formas de comunicar, de maneira a promover os seus produtos e serviços de uma forma mais rápida rompendo assim as barreiras geográficas. Fazendo propaganda de um determinado produto ou serviço num *site* pode estender uma oferta para potenciais clientes em qualquer parte do mundo no entanto, isso pressupõe que o potencial cliente tem acesso à Internet e é mais rápido traz vantagem a empresa.

Segundo Abreu e Resende (2001), as organizações têm informatizado os seus departamentos, adquirindo determinadas ferramentas acreditando ser suficiente para organizá-las como computadores, impressoras, instalando *softwares* e ligando-os em rede.

Em alguns momentos da concepção das tecnologias de informação tem havido uma grande preocupação com a implementação e o seu impacto que o mesmo pode trazer para as organizações.

De acordo com Alves (1992),

“A introdução de inovações deve ser planificada e administrada e o investimento associado deve estar em sintonia com as necessidades do mercado [...], bem como com seus objectivos e estratégias de curto médio e longo prazo.” O sucesso da adopção de Tecnologias de Informação está relacionado ao "saber escolher" e ao "saber usar", o que pressupõe o alinhamento entre as tecnologias de informação, a assimilação de inovações tecnológicas, e as estratégias da organização, a elaboração de estratégias específicas para investimentos em Tecnologias de Informação, bem como atitudes gerências e comportamentais voltadas para a inovação.” (Fernandes; Alves, 1992:72).

Uma empresa pode acabar gastando muito menos enviando *e-mails* aos clientes colocando um anúncio num *Site*, do que distribuindo folhetos ou mala directa, colocar um anúncio num jornal, para atingir os consumidores. Alternativamente, uma empresa também pode economizar dinheiro enviando serviço de mensagens em massas (SMS).

Segundo Bartlett; Ghoshal (1998) *apud* Angeloni (2012), é fundamental para a criação de um fluxo multidimensional de informações e de conhecimento de apoio à acção

organizacional, o estabelecimento de novos canais ou redes de comunicação que facilitem a difusão rápida de experiências. Esta ferramenta está a ajudar os pais e filhos a ter uma nova forma de ver e aprender o mundo, novos horizontes se abrem na vida quando se aprende a lidar com o computador e isto não mostra ser diferente para as organizações.

E para se manterem no mercado todas as empresas necessitam de ser informatizadas e o computador veio para facilitar e inovar a vida das empresas e actualmente nenhuma empresa pode ficar sem o auxílio da mesma, porque é através dela, que tudo é resolvido. Se hoje estamos a viver na Era da Informação, isto tudo se deve ao grande avanço tecnológico na transmissão de dados e às novas facilidades de comunicação, ambos impensáveis sem a evolução dos computadores.

Pode-se ver que é muito difícil pensar em transformações, inovações e mudanças numa empresa sem que a alguma parte do processo da informática não esteja envolvida, porque ela está presente em quase tudo o que fazemos e em quase todos os produtos em que consumimos e o seu maior fruto na nossa sociedade é de manter as pessoas devidamente informadas, através de uma melhor comunicação.

## **1.6. Tipos de Tecnologias de Comunicação e Informação**

As TIC referem a documentos electrónicos e outros conteúdos, bem como a comunicação de vídeo e outros. Incluem o uso uma variedade de dispositivos bem como, computadores, aparelhos de fax e copiadoras, telefones e *e-mail*, das telecomunicações e da Internet.

Para Lucas (2000) as Tecnologias de Informação alteram o espaço e os limites de tempo do trabalho tornando o espaço cada vez mais curto e de um modo geral aumenta a velocidade do ritmo do trabalho e aumenta a capacidade da organização em processar informação.

Podem conduzir negócios virtualmente de qualquer hora ou em qualquer lugar com um computador portátil e um *modem* ou rede, se estiverem viajando podem se comunicar facilmente mesmo quando trabalham no mesmo escritório, utilizando conferência a distância os profissionais podem trabalhar sem precisar estar junto em algum local.

O uso de *Sites* também permite que as empresas conheçam as necessidades dos seus clientes e ideias para melhoria através *feedback* que recebem nomeadamente através de *e-mail*, faxes e dispositivos de telecomunicações, empresas geram maior acessibilidade por meio de comunicações quase instantâneas.

As empresas para competir no mercado global usam *sites* para fornecer informações sobre pedidos e listas de produtos *on-line*, permitindo a troca monetária com os clientes.

### Correio Electrónico

Correio electrónico, ou *e-mail*, é a forma mais comum de comunicação electrónica e que pode ser usado para transmitir e receber informação digital.

As empresas mudaram a sua forma de comunicar, com o *e-mail* uma carta é entregue quase instantaneamente ao seu destinatário, com o serviço de correia rápido, no dia seguinte foi mais rápido uma carta chegar no seu destino. E oferece serviços adicionais, vários destinatários, anexos e capacidades para armazenar *e-mails* enviados.

### Fax

Antes de correio era um aparelho mais comum, é enviado através de uma rede telefónica que é captado pelo aparelho de fax receptor que podem ser digitais, ou seja, a transmissão pode ser enviada através de uma conexão sem fio, e muitas vezes são método preferido de comunicação para as organizações.

### Videoconferência

Através deste equipamento pode ver, ouvir e falar um com o outro, e também pode se comunicar sem sair de casa ou escritórios. É ideal para a comunicação empresarial, porque quando diferentes pessoas precisam comunicar entre si em toda parte do mundo ou em diferentes fusos horários, já não necessitam realizar reuniões em lugares centrais onde as pessoas viajam de todo mundo para participar porque é possível comunicar através da Internet através de videoconferência permitindo que grandes reuniões tenham lugares virtuais é necessário que uma pessoa tenha um computador com acesso a rede, um autofalante, *webcam* e um programa de videoconferência. Este equipamento permite ver, ouvir e falar um com o outro, e também pode se comunicar sem sair de casa ou escritórios.

### Conferência Telefónica

As Organizações e empresas utilizam conferências por telefone nos negócios para facilitar a comunicação eficiente, através dela os participantes conseguem ouvir e falar

através de áudio, ou seja, vêm equipados com vários recursos, como a capacidade de verificar mensagens de texto, participar de reuniões através de aplicações de videoconferência, discutir questões e realizar transacções por telefone.

Permite uma pessoa em qualquer lugar, e a qualquer hora realizar chamadas com outras pessoas, porque fornecem métodos eficazes de comunicação.

De acordo com um artigo de Julho de 2006 da AllBusiness, a comunicação telefónica permite que os funcionários cuidem dos negócios dos seus escritórios residências ou em movimento e o mundo dos negócios se baseia em ferramentas de comunicação eficazes, incluindo telefones.

### *Instant Messaging*

Através de mensagens instantâneas duas ou mais pessoas passam enviar mensagens instantaneamente, através de programas disponíveis como *MSN Messenger*, *AOL* ou *Live Kono* são utilizadas para atender as necessidades do negócio.

Segundo Drucker (1995) nessa nova sociedade, para as organizações que não souberem utilizar as tecnologias de informação de uma forma adequada, podem trazer um diferencial para argumenta que o mundo está voltado para uma sociedade do conhecimento devido a automação dos processos de trabalho, porque é mais um recurso para competir e manter no mercado.

Sendo uma grande ou pequena empresa precisam de ser capazes de comunicar com precisão, rapidez com os seu clientes ou mesmo com outras empresas, ter uma comunicação eficaz e através desta precisa ter a sua disposição vários ferramentas para fazer uma comunicação mais eficiente.

## **1.7. Os Efeitos das Novas Tecnologias nos Negócios**

Segundo Rodrigues (1999) somos levados a uma nova percepção do espaço à medida que se for desenrolando o processo de informatização generalizada das nossas sociedades, assistindo-se à implementação de uma nova modalidade de território, que já não dependente da delimitação geográfica, por isso se tem generalizado o uso do termo ciberespaço para designar esta nova modalidade de território e isso esteve nos últimos três séculos, na origem da constituição dos estados nacionais, mas transversal aos espaços em que nos habituámos a situar a nossa experiência individual e colectiva.

A prontidão da informação mudou a forma como as empresas operam a comunicação com o mundo, empresas, clientes e fornecedores. Está a moldar as práticas dos negócios no mundo e as empresas não optarem a está prática, podem ser consideradas para trás.

As novas tecnologias estão sendo desenvolvidos constantemente, e é imensurável o impacto que isso teve sobre o mundo. Portanto é importante entender o significado do mesmo na vertente da comunicação organizacional devido ao avanço das tecnologias.

São vários os meios de tecnologia que podem ser utilizadas para fins de marketing, telefone, *e-mail*, fax, têm permeado os negócios em todas as frentes, e os esforços de marketing podem ser potenciados pelo uso das tecnologias.

De acordo com Rodrigues (1999) é hoje praticamente ilimitado a capacidade que os equipamentos têm como telefones, computadores, fibra óptica, com a transmissão instantaneamente, em todos os sentidos e em tempo real, de sinais gráficos, sonoros e imagéticos.

Hoje a tecnologia avançou muito, em vez de esperar muito tempo para um arquivo ser entregue por correios agora todas as informações podem ser transferidas via *e-mail* instantaneamente e isso tem acelerado imenso a velocidade da comunicação empresarial. Através de internet todos os serviços e produtos são processados e colocadas num sistema *online* automatizado, assim os clientes podem obter a confirmação de pedidos e pagamentos de imediato, permitindo que os funcionários obtêm tempo para fazer outras coisas em vez de comunicações de ordem individualizadas.

Segundo Santos (2001) nesse cenário, qualquer organização que optar pela tecnologia, que esta em constante mudança e para as vantagens competitivas, usando como estratégia para melhor se posicionar, elas entram em contacto com denominado de processo de dependência que se reverte em 4 factores:

- Maturidade da empresa com o uso da TI, relacionada com factores culturais e com os resultados já obtidos com as tecnologias;
- Imposição do mercado levando ao investimento em TI para competir;
- Acções gerenciais, tais como o envolvimento da alta administração com a TI para o sucesso dos negócios e o comportamento dos gerentes com relação às inovações;



A natureza dos produtos e serviços uma vez que alguns produtos ou serviços necessitam de informação para serem produzidos, o que pressupõe um maior investimento em TI para apoiar a produção (Fernandes; Alves; 1992; Freitas; Rech, 2003).

### **1.8. Internet & Negócios/Comunicação**

Segundo Moreira e Pon (2003), a inserção de novas tecnologias permite a organização comunicar com os diferentes públicos de uma forma rápida, ela chegou com o intuito de melhorar e simplificar a forma de trabalhar e comunicar, permitindo uma livre comunicação de barreiras geográficas impostas pelos tradicionais veículos de comunicação empresariais. As organizações através das ferramentas que utilizam para manter a comunicação com os seus diferentes públicos mas também para manter os funcionários a par de tudo o que acontece nela.

Com o grande crescimento de ferramentas de comunicação *on-line* teve um impacto profundo no processo de comunicação na medida em que elimina o tempo e a distância como barreiras para a comunicação, mesmo estando ausente do local do trabalho pode-se manter actualizado sobre o local de trabalho, dizendo assim que esta ferramenta cria mais flexibilidade para os trabalhadores.

### **1.9. Os Processos Organizacionais e as TIC**

As tecnologias de informação com a sua evolução passaram a ser aplicadas a um número crescente tanto para uso interno como externo na organização. E é neste contexto que segundo Graeml (2000) identificou como as organizações estão a utilizar as tecnologias.

- Trás eficácias organizacionais, porque neste nível são usadas para redefinir os processos, produtos e serviços.
- Eficiência organizacional - são utilizadas para melhorar os processos existentes na obtenção dos produtos e/ou serviços.
- Ajuda no relacionamento com os fornecedores – por isso são usadas para melhorar a coordenação entre as empresas e reduzir os custos transaccionais

- Relacionamento com clientes - é usado para aumentar a capacidade de resposta e a flexibilidade, o conhecimento sobre o cliente, ou seja a fidelização dos clientes.
- Dinâmica competitiva: neste nível, as tecnologias são usadas para fazer face a concorrência no sentido da concorrência não consiga copiar rapidamente os seus produtos ou serviços oferecidos, construir barreiras, agregar valor aos produtos e serviços, capturar canais de distribuição e contribuir para a evolução da participação da empresa no mercado.
- Apoio a marketing: neste nível, é utilizada para ajudar a identificar tendências de mercado, ajudar na prospecção de novos mercados e aumentar a eficácia das pesquisas, etc.
- Melhoria de produtos e serviços: são usadas para reduzir o tempo de desenvolvimento de novos produtos, melhorando o *Time to Market*. Permite também um melhor nível de customização. Através das TI, busca-se a customização em massa.
- Economia na produção: o uso das TI faz com que a variabilidade da qualidade inexista e a produtividade aumente.
- Inovação nos negócios: a TI pode ser utilizada para mudar, efectivamente, o negócio, destruindo-o e criando novas oportunidades.

### **1.10. Acesso ao Mercado**

Segundo Andrade (2002) diante das tecnologias deste último século as organizações se vêem obrigadas a evoluir e a fornecerem novas respostas ao mercado e aos seus públicos, e em diversos sectores, tanto na questão económica, como na questão política e social. Também elas têm permitindo às empresas um rápido acesso daqueles que estão interessados nos seus serviços ou produtos e comunicar activamente com os seus clientes fiéis sobre a organização. Pessoas de todo o mundo conectam através da internet, no qual houve uma mudança entre a organização e os seus consumidores.

Por outro lado e dentro de um público-alvo, de uma só vez pode-se enviar um *e-mail* de promoção de um produto para milhares de pessoas utilizando a Internet em vias como SMS e MMS que permitem que uma empresa atinge melhor os consumidores específicos, evitando mandar uma mensagem para um público que não é alvo e ignorando ao mesmo tempo e o foco pode ser melhor do que enviar para os outros veículos como jornal, cartazes e

revistas. Também permite orientar os consumidores e saber sobre os gostos dos produtos oferecidos de uma determinada empresa.

### Os Desafios das Concorrências

Sendo assim as organizações através das tecnologias conseguem fazer um reforço das suas marcas e imagem, gestão dos clientes, ter uma boa presença em novos mercados, comunicar-se facilmente com os seus distribuidores e filiais, e ter melhoria da produtividade.

Podemos encontrar internet em diversos campos de acção, na produção, agentes de recursos humanos, vendas, logística e serviços jurídicos.

Segundo McConnell (1998) ela está presente em toda a parte em que a recolha, a partilha ou difusão de informação e de ideias fazem avançar os interesses da empresa.

## 1.11. Como Melhorar as Tecnologias da Informação e Comunicação

De acordo com Graeml (2000) de uma forma mais aprofundada que anteriormente a informática começa a perceber o seu potencial de auxílio a empresa, que antes apenas ocupava com o desenvolvimento de aplicações para automatizar tarefas burocráticas de suporte. E isso teve mais foco quando as tecnologias e os negócios da empresa apresentar resultados como aumentar a confiança da organização na capacidade da informática contribuir para agregar valores aos bens e serviços, a partir do entrosamento entre a área de informática e as demais áreas da empresa.

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) referem-se a toda a tecnologia utilizada para lidar com as comunicações, incluindo sistemas de telefonia, *Web sites*, e áudio e transmissões de vídeo e dentro do contexto de negócio, teve um grande impacto no que tange as comunicações internas e externas de transformação, comercialização e dados.

Para aumentar a eficiência e eficácia na organização e mais concretamente em todos os departamentos significa melhorar a forma de utilizar as TIC na sua organização.

- Deve-se fazer uma lista que inclui todas as TIC na sua organização, telefone interno e tecnologia de comunicações *e-mail*, *chat* ou interna serviços de mensagens, bem como os protocolos de comunicação entre a sua organização e organizações extern
- Saber qual o papel que as TIC realizam na sua organização, ela actua dependendo do tipo de negócios.

- Deve-se fazer uma lista de como as TIC podem ser melhoradas na sua organização, se achar que é útil procurar o aconselhamento de um consultor de tecnologia de informação para ajudá-lo a trabalhar os detalhes desta lista.

Na perspectiva de Gruning (2005),

“É importante destacar ainda, que não basta apenas proporcionar uma relação com os públicos se as estratégias não são adequadas. É necessário que estas permitam a utilização da linguagem correcta, do canal mais adequado e do momento ideal, culminando numa comunicação dirigida eficiente, para que a possibilidade das redes de relacionamentos estabelecida permita a passagem da passividade para a gestão activa do processo comunicacional. Com o surgimento das novas tecnologias, a comunicação electrónica transformou grande parte da comunicação dirigida escrita impressa, em electrónica.”  
(Gruning, 2005:58)

A comunicação via tecnologia tanto por motivos pessoais como por negócios, faz parte da vida quotidiana e as pessoas usam normalmente os meios electrónicos de comunicação para, transmitir mensagens, enviar arquivos, armazenar dados e por fim melhorar a eficiência no local do trabalho e ela refere-se a passagem de informação usando computador.

Para ter uma vantagem competitiva no mundo empresarial e em bom ritmo tem que melhorar a comunicação electrónica da empresa:

- Actualizar os dispositivos de comunicação electrónica, porque equipamento antigo ou desactualizado irá impedi-lo de se comunicar de forma eficaz.
- Fazer o treinamento do pessoal regularmente, verifique-se se a equipe de trabalho pronta para dar o seguimento, porque as tecnologias esta a obter mudança constante.
- Ditar regras e regulamentos, especificando como ela será usado, ou seja saber separar *e-mail* pessoal durante o horário de trabalho.

- Manter todos os equipamentos em boas condições de funcionamento de uma forma regular.

## **1.12. Comunicações e Redes de Dados**

Hoje podemos encontrar um número significativo de pessoas que usufruem de um computador situados numa residência ou entre grupos numa organização, para se comunicação a distância,

Segundo Sousa (2009) a comunicação de dados e as redes de computadores, permite entre vários utilizadores troca de informações e a partilha de dados entre diferentes pontos do globo e no interior da organização.

Numa organização normalmente implanta-se uma rede de computadores para:

- Possibilitar a comunicação directa entre os utilizadores, através do correio electrónico.
- Permitir a partilha de programas, ficheiros de trabalho e de periféricos;

### **1.12.1. Serviços *Online***

De acordo com Sousa (2009) não só pessoas particulares, mas também utilizadores de uma empresa que possui o seu computador que permite a comunicação na rede conectados através de uma rede local podem partilhar informações e conectar-se com outros utilizadores através de vários meios de acesso digitais.

Comercializar os seu negócio a qualquer momento e de qualquer lugar é uma capacidade que faz do marketing em geral um evento mais abrangente e isso expande para além de um anúncio num jornal, cartazes ou folhetos, sem presença de novas tecnologias precisa-se gastar tempo e dinheiro para enviar mensagens para os clientes enquanto com o *email* pode realizar esse mesmo objectivo em pouco tempo. Um dos benefícios das tecnologias de informação é a capacidade de comercializar instantaneamente, como o envio de *email* de massa para os clientes.

Através do *site* são colocadas variações de informações sobre a organização, enviar correio electrónico ou consultar serviços internacionais de notícias.

### **1.13. As Redes Telemáticas**

De acordo com Rodrigues (1999), hoje permite entrar nas redes telemáticas e efectuar uma conversação através de um computador ligado ao telefone por um modem, com qualquer outra pessoa independentemente do lugar em que se encontrem, em funções de interesses comuns que podem abarcar questões tão distintas como física, a saúde, a medicina, a ecologia, o desporto, para além das barreiras das nações, das religiões, dos continentes, das raças e das cultura, as redes telemáticas asseguram hoje uma espécie de convívio planetário generalizado. As informações fluem com transparência de local ou um computador para outro através de grandes redes como internet.

### **1.14. A Interactividade nas Novas Tecnologias**

De acordo com Hatch (1997) o uso das tecnologias dentro de uma organização não é somente uma aplicação pura, mas sim, fruto das interacções sociais, culturais técnicas e económicas. Em relação as publicidades feitas em outros veículos como jornais, cartazes e folhetos, a internet e o telefone são ferramentas altamente interactivas. E através dela as empresas conseguem enviar mensagem para um determinado público-alvo que podem oferecer opiniões valiosas e comentar, ou seja, facilita respostas directas.

A utilização das TIC permite à empresa fazer a promoção dos seus produtos e serviços durante 24 horas por dia de qualquer lugar do mundo, quando uma pessoa já não tem tempo para ir atrás de um folheto, brochura ou jornal, e para atender as necessidades dos clientes em determinado local pode ser adaptada mensagens promocionais. Por exemplo uma organização quando chove durante um determinado espectáculo pode enviar mensagens em massa para promover a capa de chuva que esta a venda nesse mesmo momento.

Na visão de Laudon e Laudon (2004), diversos factores como políticas, culturais, ambientais e outros podem influenciar as relações existentes entre a organização e tecnologias de comunicação.

O sector das TIC teve o seu crescimento ao longo dos últimos anos, e com as organizações adquirindo cada vez novos equipamentos para melhorar a forma de comunicar,

por isso este termo TIC refere-se a todo o *Hardware* e *Software* usados normalmente para receber e enviar informações através de um computador ligado a rede.

Conforme Thompson (1998), os processos comunicativos envolvem diferentes tipos de interacções. O uso de um meio técnico como fios eléctricos, ondas electromagnéticas, etc, implica as interacções mediadas que possibilitam a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados no espaço e no tempo.

Houve grandes transformações com a introdução da informática nas organizações, essas transformações reflecte nas maneiras pelas quais as pessoas se comunicam uns com os outros e muitas organizações interagem por meio dos seus computadores e na actualidade muitas delas podem não terem localização fixa criando assim uma rede de trocas e actividades inter-relacionadas.

Segundo Castells (2003:79), “a empresa em rede é movida por profissionais em rede, usando a capacidade da Internet e equipados com o seu próprio capital intelectual”.

Entre departamentos, profissionais e administradores, funcionam com base no trabalho em equipa e na interacção aberta e fácil, sem restrições de tempo ou distância. A internet ajuda os membros de uma organização por meio de menus electrónicos a encontrarem fontes de conhecimento e a propiciar o compartilhamento interactivo na solução de problemas.

Para Torquato (2002), as novas tecnologias estão ampliando as possibilidades de comunicação e alterando a sua forma e esta comunicação propaga-se de deferentes maneiras e com a utilização de deferentes ferramentas de comunicação. E na área administrativa isso funciona como suporte de trabalho rotineiro e ajuda na elaboração de uma carta técnica, memorandos, portarias, normas, taxas e entre outros. Sem alterar os métodos e processos de trabalho actuais as novas tecnologias são usadas com frequência para substituir os recursos existentes, esses processos alteram-se após o aumento dos usuários com os novos recursos de maneira que os aumentam também os benefícios advindo das novas possibilidades oferecidas por essas novas tecnologias.

As novas tecnologias de comunicação trouxeram possibilidades para as comunicações organizacionais, as mensagens instantâneas facilitam as conversas mesmo entre funcionários distantes fisicamente, formais ou informais é como se um local de

escritório fosse ampliado para qualquer lugar do mundo e passasse a funcionar durante 24 horas por dia.

Para Robbins (2000), à qualidade e à disponibilidade das informações estão ligadas a qualidade, bem como a rapidez da tomada de decisão numa organização.

Uma variedade de ferramentas podem ser utilizadas pelas comunicações de interacções pessoais e de transacções de negócios ou comerciais através da internet, são elas:

#### Voice Chat

A partir de voice chat a sua mensagem passa mais rápido e é mais clara, porque as pessoas podem ouvir o tom e a ênfase da sua voz. Com um telefone pode-se conversar através da internet utilizando microfone e um programa de mensagens instantâneas.

#### Vídeo Chat

Aqui a comunicação é mais completa permite a comunicação directa através da internet com o uso de *webcam*, pode-se utilizar o vídeo chat ou vídeo para falar com outra pessoa em qualquer lugar do mundo através da internet.

#### Programas

*Windows Live Messenger*, *Yahoo Messenger* e *Skype* são programas que permitem ao vídeo ou chat vocal através da Internet.

De acordo com Graeml (2000), as Tecnologias de Informação melhora o negócio com os seus clientes através de uma resposta eficiente as solicitações, ou seja, ela pode não só criar eficiência de produção, mas também melhorar o relacionamento com os seus clientes, gerando assim valores.

### **1.15. Dinâmica Relacional**

Morais *apud* Mielcnizuk (2003) “define a característica afirmando que quando se fala em interacção, [...] há de se pressupor que está presente uma relação entre, no mínimo dois agentes; uma acção mútua”. Os usuários, uma vez interligados com a Internet e os seus meios, interagem entre si, expressando as suas opiniões e mostrando que não



estão só a receber informações, mas sim, decodificando-as e respondendo, ou seja, dando feedback ao processo comunicativo.”

Com a evolução das tecnologias mudou consideravelmente a forma de relacionamento com um conjunto de ferramentas como telefones, *e-mail*, tornou-se mais fácil a comunicação com outras pessoas.

#### **1.16. Nova Realidade nas Comunicações Globais**

Os avanços das tecnologias criaram oportunidades disponíveis no mercado para qualquer organização seja ela grande ou pequena, porque agora o negócio não tem de estar concentrada numa área pequena, a qualquer hora ou lugar podem ocorrer, e a sua ampliação na adopção das tecnologias de informação se torne tanto instantânea e global com a comunicação empresarial.

Segundo Sousa (2009), as redes sociais trazem novas oportunidades de divulgação e publicidade seja ela directa ou indirectamente mas também valoriza as organizações, por isso é fundamental investirem nela, para poderem obter um melhor resultado e de uma forma eficiente.

#### **1.17. As Modalidades de Territorialidade e de Relações Sociais**

Hoje podemos participar em reuniões, debates, trocar experiências com pessoas desconhecidas e muito mais sem sairmos de casa devido ao contacto com as novas tecnologias da informação em tempo real e em qualquer ponto de planeta.

Segundo Rodrigues (1999) as tecnologias vieram alargar os horizontes, estendendo-a para além dos limites do nosso planeta, porque através dela podemos realizar operações financeiras e tratar de negócios com outras pessoas que nunca encontramos nem nunca teremos oportunidade de conhecer pessoalmente. Podemos também aceder às informações disponíveis em bases de dados das bibliotecas, universidades, centro de investigação e outras instituições do mundo. Hoje nem sequer podemos imaginar a realização de muitas das nossas tarefas quotidianas habituais sem os recursos que põem à nossa disposição.

As tecnologias afectam cada vez mais não só a organização da vida colectiva, mas também a nossa vida individual, interferindo nas dimensões cultural, económicas e política das nossas sociedades.

A velocidade das inovações actualmente em curso no domínio da informação acarretará certamente consequências imprevisíveis sobre o futuro das gerações vindouras, criando, por conseguinte, uma nova modalidade de responsabilidade ética.

A característica mais notável do ciberespaço é o facto de ser delimitado por um novo tipo de fronteiras, fluidas e movediças, que se formam e se desfazem de acordo com a conexão aleatória dos indivíduos às redes cibernéticas da informação.

Ainda segundo Rodrigues (1999), assistimos assim ao estabelecimento progressivo de novas formas de relações sociais, por isso já não serem fundadas nas relações familiares, nas relações de vizinhança, na presença pessoal nem na partilha de um mesmo território geograficamente delimitado, mas na conexão aleatória às redes mediáticas.

Aquilo que parece mais curioso é que estas formas de relações sociais tornaram-se tanto mais intenso e frequentes quanto menos os interlocutores estiveram fisicamente presentes, e mais bem equipados estiveram com dispositivos mediáticos, autonomizando assim cada vez mais o domínio da comunicação em relação à esfera da informação.

Alguns autores mais críticos consideram as novas modalidades de relações sociais que se constituem a partir da utilização destes equipamentos, por serem formas mediatizadas por dispositivos técnicos e não estarem, por conseguinte, sujeitas aos inconvenientes e aos incómodos que a presença física acaba muitas vezes por acarretar nem estarem dependentes das coacções físicas que condicionam as relações imediatas. De facto, sem sairmos de casa, sem despendermos tempo nem recursos com deslocações, temos hoje a possibilidade, com um simples toque no rato do nosso computador, através dos dispositivos multimédia, de entrar em contacto com uma infinidade de interlocutores potenciais. Mas esta modalidade abstracta de contacto com os outros elimina também aspectos que, até há pouco tempo, eram considerados como fundamentais para a convivência humana.

## A Globalização

Segundo Albertin (2000:94), “o ambiente empresarial, tanto mundial quanto nacional, tem passado por inúmeras mudanças nos últimos anos, as quais têm sido directamente relacionadas com a tecnologia de informação”. A utilização das Tecnologias de Informação nas empresas resultará numa maior produtividade e eficácia da organização.

Vários desafios são colocados às organizações no actual contexto global e globalizante.

Não se deverá ter a visão simplista das TIC como solução única das organizações, Aquilo que representam no interior das organizações, seja pelas entradas das informações, seja pelas ferramentas de que esta se mune referimo-nos às TIC.

A solução das organizações passa pela própria organização e a forma como potencia os recursos de que dispõe, por isso não se deverá ter a visão simplista das TIC como solução única das organizações.

No entanto, e de acordo com Schmitt (2004), é fundamental realçar que tudo começa e termina com as pessoas na implantação de Tecnologia de Informação, e que o resultado depende, fundamentalmente, do comportamento em relação aos processos de implantação dos sistemas.

Para muitos autores, é a herança cultural que cada povo recebeu dos seus antepassados que, deste modo, estaria em vias de se perder e que a actual informação mediática acabará por destruir a identidade das culturas particulares como por exemplo a variedade dos modos de vida e de pensar, a multiplicidade das línguas, a diversidade dos comportamentos que, ao longo da história da humanidade, têm feito a riqueza da experiência humana, estariam em vias de desaparecer para darem lugar a um modelo cultural homogéneo e uniforme, imposto a todo o planeta, através dos dispositivos da informação mediática.

Independentemente das distâncias geográficas e culturais, Rodrigues (1999) afirma que as redes da informação mediática noticiam em tempo real os mesmos acontecimentos, os mesmos produtos culturais e as mesmas interpretações do mundo, põem à nossa disposição os mesmos espectáculos, os mesmos filmes, as mesmas canções, os mesmos pratos, o mesmo vestuário.

Sobre este assunto Mcconnell (1998) é de opinião que a Internet responde às grandes preocupações actuais das empresas, em particular:

Manterem-se competitivas na hora da mundialização dos mercados;

Comunicar melhor com os seus clientes, situem-se eles, geograficamente onde se situarem, e encontrar meios de aumentar o valor acrescentado que lhes oferecem.

### **1.17.1. Parcerias Globais**

De acordo com Angeloni (2012), as redes de comunicação que facilitem a difusão rápida de experiências para a criação de um fluxo multidimensional de informações e de conhecimento de apoio à acção organizacional é fundamental.

As TIC diminuíram as distâncias tornando tudo o que gera o mundo cada vez mais perto, as pessoas de diferentes culturas interagem com muita frequência, especialmente no que diz respeito ao negócio, que tornou também mais dinâmica, pessoas de diferentes culturas a aprender a se lidar com as diferenças culturais e de comunicação nas relações de negócios.

Para muitas organizações as Tic criaram novas oportunidades para expansão dos seus negócios, melhorou relações internacionais, tornando assim a comunicação cada vez mais acessível e através do aumento da quantidade de notícias internacionais, têm ajudado a criar consciência de questões globais.

Para Castells (1999), com as tecnologias da informação há uma certa interactividade, e novas formas de se comunicar com o mundo, integração global e isso promove uma linguagem digital única.

Segundo o mesmo autor ela é denominada de estreitando relações em diversos sectores como económicas, políticas e sociais e tornando sempre mais próximo as distâncias entre pessoas, culturas e nações, ou seja o mundo interligado

## CAPÍTULO II

### 2.1. Comunicação Organizacional

A comunicação organizacional, de acordo com Damante (1999), pode ser melhor compreendido se analisado do ponto de vista comunicacional porque permite a sua coordenação e conduz a um comportamento mais organizado e é definida como o factor central de interligação entre os trabalhadores. A comunicação organizacional pode ir além, porque não é só um conjunto de técnicas de comunicação.

Foi também definido por Cohen (1990), sob perspectiva de imagem organizacional que entende a comunicação organizacional, como uma actividade de carácter estratégico que têm como objectivo de criar, manter ou ainda mudar a imagem da organização de uma forma positiva junto dos seus públicos.

Segundo esses autores Goldhaber (1991) *apud* Kunsch (1997: 68), considera a comunicação organizacional como uma rede de relacionamentos, pode ser vista como um fluxo de mensagens dentro de uma rede de relações, permitindo as pessoas da organização conectando entre si, permitindo que as organizações se relacionam com o meio ambiente, um processo dinâmico.

Para Thayer (1972) reforça essa ideia ao defender que o relacionamento é a condição prévia para a comunicação; caso contrário, afirma que deverão existir obstáculos nesse processo. Ainda segundo esse autor, “[...] uma condição prévia básica para toda a intercomunicação é que pelo menos uma das pessoas envolvidas tenha um modelo conceptual (consciente ou inconscientemente) da relação assumida”. (Thayer, 1972: 46).

É fundamental para que ocorre um bom processo de adaptação entre as organizações e os seus ambientes, ou seja uma comunicação organizacional eficiente, e o que caracteriza-os é a capacidade de processar dados e transformá-los em informações que orientam seu comportamento, é entendidas como sistemas adaptativos complexos, e a formação do profissional de comunicação é fundamental para esse processo, para poder desempenhar de uma forma mais aprofundada esse campo. E nesse campo Drucker (2000) pretende-se dar a principal ênfase às tecnologias e fazendo análise de como a mesma está transformando o processo dentro da organização.

Entretanto para Sousa (2009) uma das características fundamentais das Tecnologias de Informação, é a sua importância actual e que consiste no facto de um único meio electrónico de comunicação suportar todo o tipo de informação possível de digitalizar, o que inclui desde os “tradicionais” documentos de texto, a análises matemáticas e financeiras, passando por imagens, áudio e vídeo.

Com o grande número de tecnologias que estão ser introduzidas no mercado organizacional, a informação passa a ser um bem patrimonial tangível, capaz de garantir o desenvolvimento de uma organização e nota-se que os sistemas de informação empresarial vêm gerando uma nova forma de vantagem competitiva.

Na opinião de Mendes (2002) ao adoptar uma tecnologia de informação o objectivo é sempre melhorar os processos do seu negócio, e essa adopção significa um processo de mudança organizacional e não só uma mudança nas tecnologias, porque há um certo controlo em toda a organização, registando sempre um acontecimento ou facto novo, e as informações são sempre de uma maneira clara e segura.

As organizações estão indo de acordo com as sociedades modernas, isto é, objectivam tanto uma relação de troca com os seus públicos, e o lucro, por causa das suas estruturas voltadas para a produção de bens ou serviços, sendo assim, Kunsch (2003:19) afirma que “Vivemos numa sociedade organizacional, formada por um número ilimitado de diferentes tipos de organizações, que constituem parte integrante e interdependente da vida das pessoas”. A comunicação organizacional ou empresarial surgiu da necessidade das organizações e empresas de melhorar o seu rendimento obtendo uma boa comunicação tanto interna ou externa a organização.

Segundo Rego (1996) o surgimento da comunicação e a mercadológica forma por volta de 1970, mais só mais tarde por volta de 1980 é que deu o aceleramento do seu desenvolvimento, mas de uma forma diferenciadas, porque eram vista de uma forma antagónicas, uma preocupava muito com a sua imagem e a outra procurava em vender cada vez mais os seus produtos e serviços, mais tarde devido aos resultados a empresas passaram a utiliza-las em conjunto, como forma de obter um melhor resultado, e desempenho junto dos seus públicos e posicionando também com uma boa imagem organizacional.

Actualmente as organizações para ser bem-sucedida, têm levar em conta a ênfase na criação das condições sociais, ambientais e tecnológicas e a internalização de conhecimentos por parte das pessoas.

De acordo com Angeloni (2002) a comunicação organizacional é um factor estratégico para as organizações porque busca de flexibilidade de produtos, serviços e processos e ela está na base dos processos de criação, a disseminação e a utilização do conhecimento no âmbito das organizações.

Castells (2003) argumenta,

“Que a transmissão informal de informação, conhecimento tácito da companhia, dinâmica de grupo e economias de escala para equipamento avançado de telecomunicações parecem estar entre os elementos-chave subjacentes ao crescimento dessas ‘fábricas de comunicação electrónica’ que se tornam uma nova forma de local de trabalho na economia da Internet” (Castells, 2003:191).

## **2.2 Mudanças nas Organizações**

De acordo com Castells (1999), a partir dos anos 1970 as empresas vêm buscando adaptando-o e reorganizar para poder sobreviver por causa de constantes mudanças que vêm acontecendo no mundo.

E segundo o mesmo autor com o estudo aprofundado identificou quatro pontos fundamentais, são elas:

- Houve uma importante nova divisão na organização da produção e dos mercados na economia global, a partir de meados da década de 1970
- E graças as tecnologias de informação as mudanças nas organizações interagiram com a difusão e essas mudanças ocorreram primeiramente nas empresas comerciais.
- Procuraram aumentar a flexibilidade em produção e marketing e essas mudanças organizacionais tinham como objectivo lidar com a incerteza causada pelo ritmo acelerado das transformações nos ambientes económico, institucional e tecnológico da empresa.

- Redefinição de processos de trabalho devido as mudanças e a automação de trabalho de uma forma a eliminar as tarefas e supressão de camadas administrativas.

Deste modo e segundo Sousa (2009) as Tecnologias de Informação surgem como elemento de concepção e suporte da comunicação empresarial, em actividades que vão desde o simples arquivo de dados e a utilização de programas, até ao correio electrónico e às possibilidades de trabalho à distância.

### **2.3. Comunicação Interna**

Para Torquato (2002) a comunicação interna é fundamental para todas as organizações e têm como missão básica contribuir para o desenvolvimento de um clima positiva, propício para que uma organização consiga atingir as metas e estratégias que é a continuidade dos seus serviços e actividades e também a sua expansão, porque quanto maior for a organização maior é o papel da comunicação, sendo assim mais informação deverá fluir. Conforme a dimensão das organizações ou quanto mais distantes estiveram todos os envolvidos a organização mais fundamental se torna a comunicação e a sua eficácia vai depender do bom uso de todos os recursos disponíveis.

De acordo com Kunsh (1997) a comunicação interna será fruto de um bom trabalho, ou seja um trabalho organizado e avaliado constantemente não estando somente de uma forma ao acaso na vida de uma organização, sobretudo deve manter uma interacção efectiva entre a organização e os seus colaboradores usando assim ferramentas de comunicação organizacional ou mercadológica.

Segundo Angeloni (2010) as TIC exercem um papel fundamental tanto no armazenamento de dados como na comunicação com os diferentes públicos seja elas interna ou externa a organização, na capacidade de aprendizagem e inter-relacionamentos, ou seja apoiam também os processos de gestão da informação e do conhecimento.

Hoje as organizações sejam elas grandes ou pequenas, para falarem com outras pessoas ao redor do mundo e realizar as coisas em fracção de segundos podem comunicar e ganhar clientes internacionalmente, utilizando diferentes ferramentas para poderem atingir os seus objectivos de uma forma eficiente e eficaz. É neste contexto que Oliveira (2001) afirma que para fazer com as empresas alcancem os seus objectivos pelo seu bom uso dos recursos



disponíveis, seja ela materiais humanos, financeiros e tecnológicos de uma forma eficiente e eficaz é o propósito fundamental de uma boa informações e comunicações que estas dispõem.

Afirma ainda que seria necessário que as empresas investissem mais nas pessoas, capacitando assim para melhor uso das informações que estas dispõe, porque a mesma ajuda a organização a aumentar a sua participação no mercado de maneira a levá-la a uma maior conectividade e a desenvolverem os seus produtos de acordo com as novas necessidades do mercado.

Segundo Tapscott (1997) as organizações estão a sobreviver por causa da capacidade de responder às demandas dos seus consumidores e a sua disponibilidade de informações crescem de forma globalizada. Hoje diferentes ramos de actividades que não utilizavam as tecnologias estão adoptando para poderem expandir os seus negócios e aumentar margens de lucro, por isso o seu impacto é notável independentemente da sua actividade que exerce ou da sua dimensão.

As organizações estão melhorando a sua forma de negócios e a aumentar a capacidade de rede, por causa de novos dispositivos que oferece melhor nível de comunicação no seu dia-a-dia com a concorrência e os seus clientes. Trouxe avanços significativos por causa do seu avanço que mudou a forma que muitas organizações fazem negócios.

## **2.4. Comunicação Bidireccional**

Através das TIC as pessoas interagem uns com os outros, ou seja, esta tem contribuído para um novo modelo de comunicação que deferência do modelo unidireccional.

Este modelo de comunicação exige pelo menos dois intervenientes, sendo um sujeito activo e o outro passivo, e a comunicação propaga-se nos dois sentidos.

Actualmente existem várias soluções tecnológicas que facilitam a comunicação bidireccional. Estas podem ser utilizadas para realização de chamadas telefónicas, trocas de mensagem instantâneos, realização de vídeos conferências, etc.

## **CAPÍTULO III**

### 3.1. Caracterização da Organização em estudo



**Ilustração 1 - Logótipo do NOSI 1**

A instituição escolhida para o estudo foi o NOSI.

Em 1998 houve a criação da Unidade de Reforma da Administração Financeira do Estado (RAFE) e a melhoria da gestão financeira e patrimonial do Estado, surgindo o SIGOF (Sistema Integrado para a Gestão Orçamental e Financeira do Estado).

A experiência, a pouco e pouco, alastrou-se para outros sectores, surgindo a necessidade de uma unidade abrangente que opere uma profunda reforma do Estado, tendo as TIC como alicerce. Em 2003 cria-se oficialmente o NOSI em Julho de 2003 (Resolução nº15/2003, de 7 de Julho), e à sua instalação formal no início de 2004.

O NOSI é uma instituição jovem, criativo, coeso, ambicioso, e movido para desafios. O trabalho da equipa, a partilha entre os colaboradores, constitui o grande capital da instituição.

### 3.2. Desafios

A governação electrónica e integrada em Cabo Verde vem sendo o pilar que se constitui como mola impulsora da sociedade de informação em Cabo Verde. Aliás, foi erigida como a principal ferramenta da modernização administrativa e da governação, tendo alavancado o surgimento de um novo conceito de prestação pública e uma nova geração de

serviços públicos, voltados para a promoção do empreendedorismo e da cidadania, ao colocar os interesses do cidadão no foco do serviço público.

O balanço até aqui dos trabalhos do NOSI demonstra a sua contribuição inequívoca para a modernização do aparelho do Estado e para a dinamização da sociedade civil na área da sociedade de informação e do conhecimento, desempenhando um papel muito activo enquanto condutor directo de um conjunto de projectos fundamentais.

Podem, neste domínio serem destacadas várias acções, designadamente, o Portal de Cabo Verde – Porton di nos ilha, a Casa do Cidadão, as certidões *on-line*, a empresa no dia, a implantação do SIGOF, o Sistema de Informação Municipal, o Sistema da Previdência Social, as várias iniciativas em torno dos objectivos de massificação do acesso e utilização da Internet de banda larga – projecto Konekta, o projecto SNIAC, entre muitos outros.

Volvidos seis anos, o NOSI tem resultados concretos da sua actividade, com competências exclusivas, das quais resultaram também fortes expectativas no mercado. Para que a Gestão Pública e a sociedade civil possam continuar a contar com a materialização das intenções do Plano de Acção para a Governação Electrónica, face aos objectivos para a sociedade da informação e do conhecimento, é imprescindível que o NOSI tenha as condições mínimas para corresponder a essa expectativa num cenário em que as exigências são cada vez maiores e o tempo disponível cada vez menor. Com efeito, face à sua natureza precária - uma mera estrutura de missão, necessariamente transitória, sem autonomia, sem quadro de pessoal nem personalidade jurídica - o NOSI carece de condições técnicas necessárias para melhor corresponder aos desafios operacionais que se lhe colocam tanto agora como nos próximos anos.

Neste contexto, pretende-se a transformação do NOSI, para estrutura de instituto público, enquanto Agência para a Governação Electrónica e Promoção da Sociedade de Informação, com autonomia administrativa e financeira, dotada de personalidade jurídica, dispondo de uma área de Gestão geral, de áreas de apoio especializado e de áreas de actuação operacional, estruturando-se estas últimas em unidades operacionais, directamente dependentes do Conselho de Gestão, deixando de funcionar numa óptica de estrutura de projecto.

Os ganhos da governação electrónica são inquestionáveis e granjeiam prestígio a nível interno e internacional. As TIC foram assumidas como ferramenta fundamental da boa

governança. Importa agora que tenham um forte efeito indutor no empreendedorismo e no desenvolvimento empresarial, na perspectiva de internacionalização, com olhos postos noutros mercados, tirando assim partido do capital de confiança gerado pela governança electrónica de Cabo Verde, já tido como referência internacional.

Propõe-se galvanizar o potencial de condições já existentes para impulsionar outros pilares da estratégia definida, nomeadamente a que se refere às novas oportunidades económicas.

Aliás, os desafios da actualidade recomendam adaptação do modelo de estrutura do NOSI de forma a responder com mais eficácia e eficiência, exigindo sua transformação orgânica enquanto estrutura coordenadora das políticas para a sociedade da informação preconizados pelo Governo, mobilizar a sociedade da informação através da promoção de actividades de divulgação, qualificação e investigação.

### **3.2.1. Missão**

Ao NOSI, enquanto estrutura de coordenação da produção da sociedade de informação e da governança electrónica, abrangendo toda a administração directa e indirecta do Estado e as autarquias locais, cabe a missão de propor e executar as medidas de política nas áreas da inovação, da sociedade de informação e da governança electrónica numa perspectiva integrada. Fomentar a Inclusão social e digital, quebrar os paradigmas.

### **3.2.2. Objectivos**

O Núcleo Operacional da Sociedade de Informação (NOSI), tem como atribuições e competências a promoção e execução de medidas de política que mobilizem a sociedade, o sector privado e o sector público para o advento da sociedade de informação e de implementação das medidas que visem a modernização da estrutura organizacional da administração pública rumo à governança electrónica. São objectivos gerais:

- Contribuir para a definição de uma visão estratégica global que associe os principais desafios da sociedade cabo-verdiana ao desenvolvimento da sociedade de informação.

- Propor políticas visando a generalização do acesso à Internet como a condição indispensável para o lançamento da economia de conhecimento.
- Promover uma nova fase de desenvolvimento da Internet, suportada pela implementação de novas tecnologias de rede, pela transmissão de dados em altos débitos e por uma visão de convergência de serviços digitais.
- Promover a conectividade como impulsionador das actividades económicas através do surgimento de novos serviços, aplicações e conteúdos para criar novos mercados, reduzir custos e aumentar a produtividade.
- Promover a governação electrónica como a melhor oportunidade para desencadear o processo de transformação das estruturas organizacionais do Estado e para a modernização da Administração Pública, com vista à melhoria dos serviços prestados aos cidadãos, à redução dos custos de funcionamento do Estado e à criação de valor na economia promovendo variadas oportunidades de novos negócios.

### **3.2.3. Valores**

Inovação, confiança, sacrifício, dedicação, entrega, qualidade, persistência, partilha, criatividade, equipa, excelência, paixão, sustentabilidade, responsabilidade.

### **3.2.4. Visão**

Internacionalização, ser líder, competitivo, referência internacional.

### **3.2.5. Áreas de Acção**

- Ambiente de Negócios
- Atendimento
- Educação
- Identificação
- Infra-estrutura
- Saúde e Segurança Social

## Estrutura Organizacional

Gestor

Coordenador Sistemas Informáticos

Gestor de negócios

Administração e Finanças

## Departamentos

- *Hardware & Suportes*
- Internet e Multimédia
- *Deployment* e Formação
- Teste e qualidade
- Análise e Desenvolvimento
- Administração sistemas
- Comunicações e Segurança
- Base Dados

## Impactos da Integração

- Criação de empresa no dia
- Emissão de certidões *on-line*
- Formulários electrónicos
- Sistema Educativo (Secundário)
- Sistema Educativo (Superior)
- Apresentação de contas de gerência – SIM
- Implementação do SIGOF
- Praças com acesso gratuito a Web (Konekta)

- Cabo verde consegue 1º compacto MCA
- Diminuição do IUR (melhor gestão fiscal)
- Ultimo acto eleitoral: Resultados em 2 horas
- Melhores indicadores do *Doing Bussiness*

Porton di nos ilha – Morabeza e qualidade...

### **3.3. Metodologia de Pesquisa**

Para Quivy e Campenhouldt (1998) a metodologia é um estudo analítico e crítico dos métodos de investigação e de prova, uma reflexão sobre a actividade científica que está a ser desenvolvida para obter, em determinado momento, um retracto dessa actividade. É um processo que descreve como as técnicas de investigação foram exploradas e a forma como a pesquisa vai ser desenvolvida. Segundo Afonso (2005) o objectivo da metodologia é de ordenar a investigação, de forma a controlar os elementos, visando aumentar a probabilidade de aproximação entre a realidade e a interpretação.

A estratégia de pesquisa utilizada para fazer este trabalho é o estudo de caso.

Para Gil (1995:58) “O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objectos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento.

Para elaboração do presente trabalho proceder-se-á à aplicação de um questionário aos colaboradores da referida instituição a fim de se aferir da pertinência e do grau de importância e de conhecimento que atribuem às TIC, seja no desenvolvimento organizacional, seja no das relações interpessoais. O trabalho será complementado também com a respectiva pesquisa bibliográfica e análise documental.

Segundo Gil (1999:128) “pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por (...) questões apresentadas por escrito (...) tendo como objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas”.



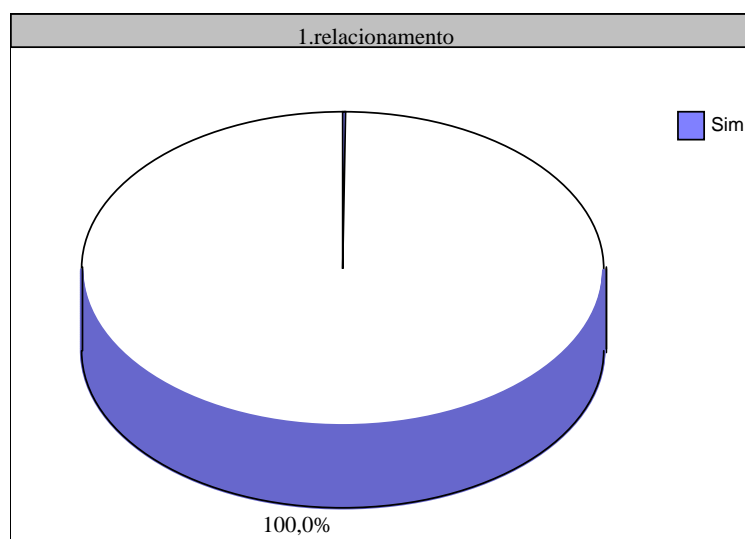
É um estudo descritivo e explicativo. Descritivo porque descreve o resultado final do questionário. É uma descrição do fenómeno que está a ser estudada, neste caso, a comunicação interna e o seu impacto na qualidade de prestação de serviços. Segundo o Centro Internacional de Formação da Organização Internacional do trabalho – CIFOIT (2005), estudo descritivo realiza-se para descrever o que sucede em determinado sector ou área para que se tenha uma informação de base.

### 3.4. Caracterização da Amostra

O NOSI, como referido acima, emprega 64 colaboradores dos quais a amostra irá ser de 16 colaboradores que corresponde os 20%.

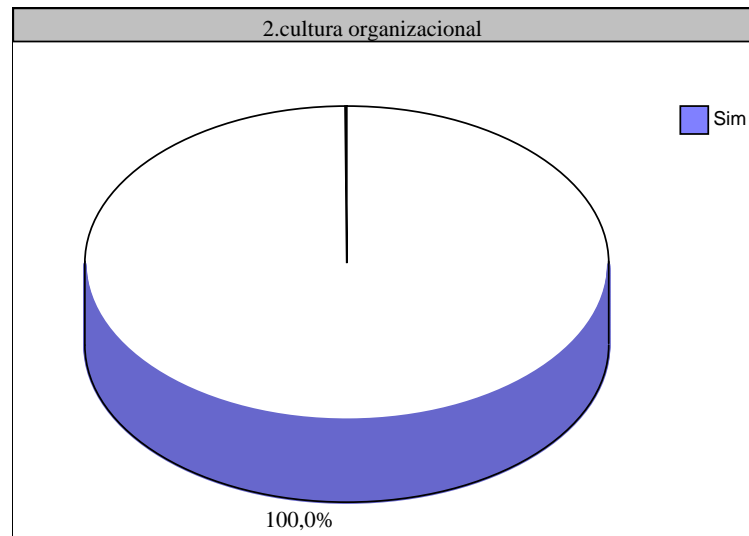
Segundo Natércio (2005) uma amostra consiste num grupo de membros seleccionados a partir de uma população

#### 3.4.1. Análise dos questionários aplicados aos colaboradores



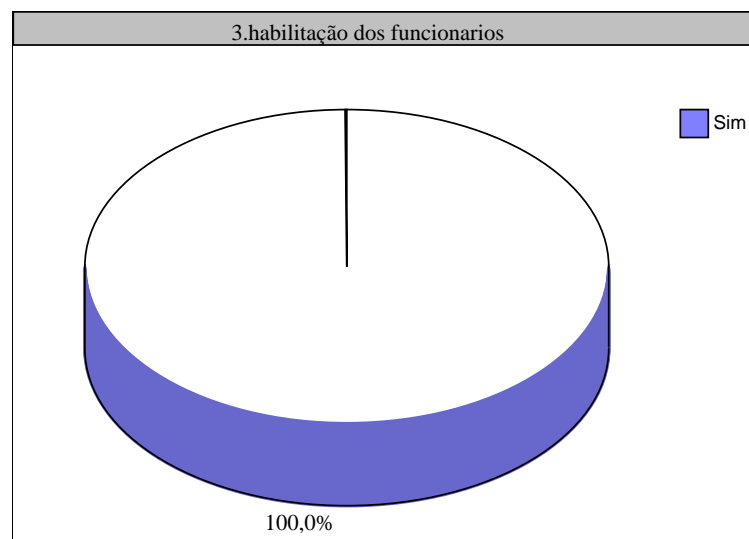
**Gráfico 1 - Relacionamento entre os colaboradores**

Em relação ao gráfico 1 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC enquanto ferramenta de comunicação ajudam no relacionamento entre os colaboradores porque facilita e dinamiza a troca de informações em curto espaço de tempo.



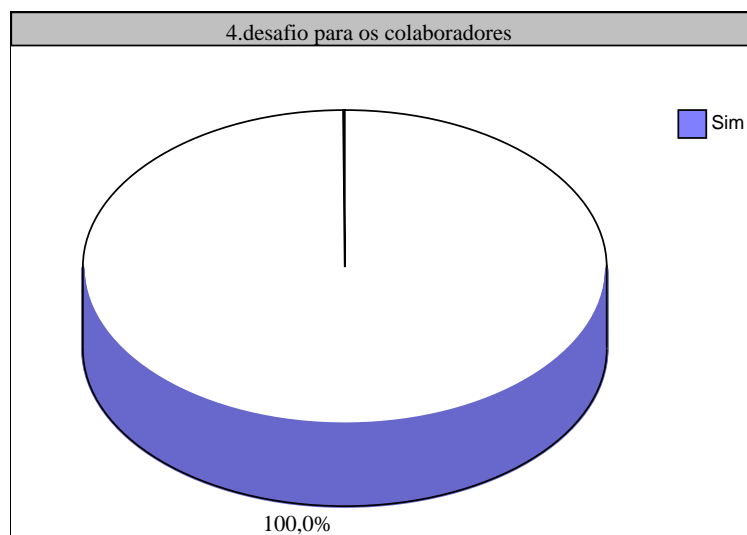
**Gráfico 2 - Cultura Organizacional**

Relativamente ao gráfico 2 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC influenciam a forma de trabalho das pessoas dentro da organização, ou seja, a cultura organizacional porque permitem trocar informações e dados sem ter de se deslocar.



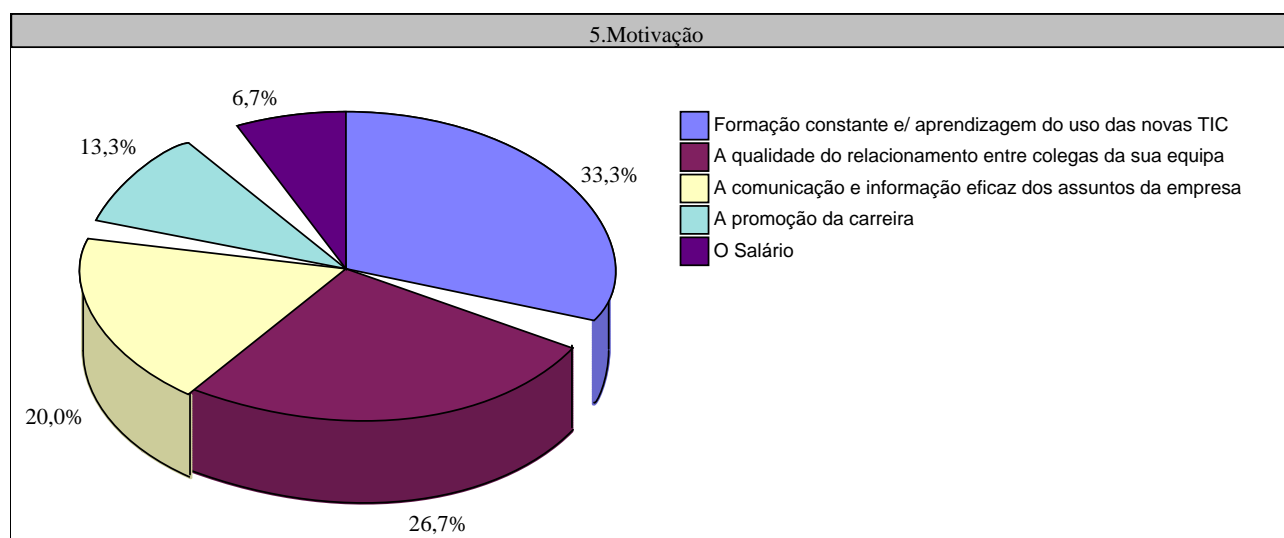
**Gráfico 3 - Habilitação dos colaboradores**

Em relação ao gráfico 3 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC requer que os funcionários se habilitem de forma a acompanhar as tecnologias no mercado de trabalho, porque acompanha a evolução do mercado e contribui para maior sucesso da empresa.



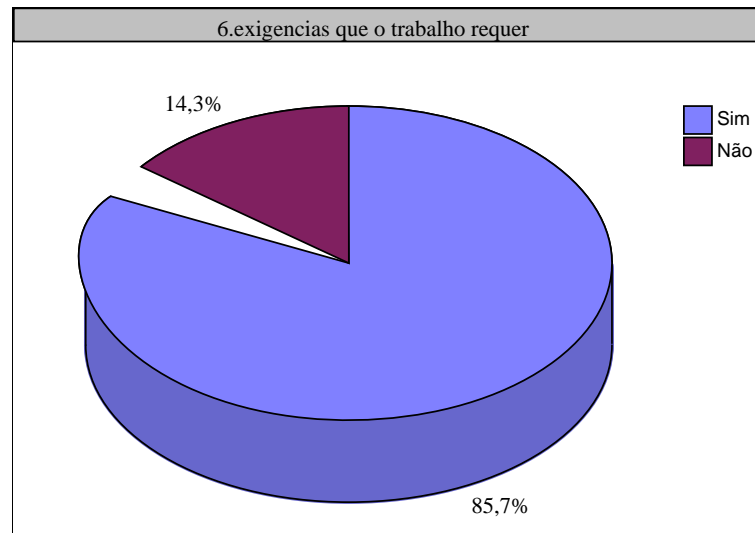
**Gráfico 4 - Desafio para os colaboradores**

Pode-se verificar neste gráfico que 100% dos inquiridos consideram que as TIC disponíveis actualmente e as suas tendências futuras apresentam um desafio para os colaboradores desta instituição, uma vez que pretende-se implementar novas soluções, inovar, o que implica uma aposta constante na criação de capacidades internas, para dar resposta às novas exigências.



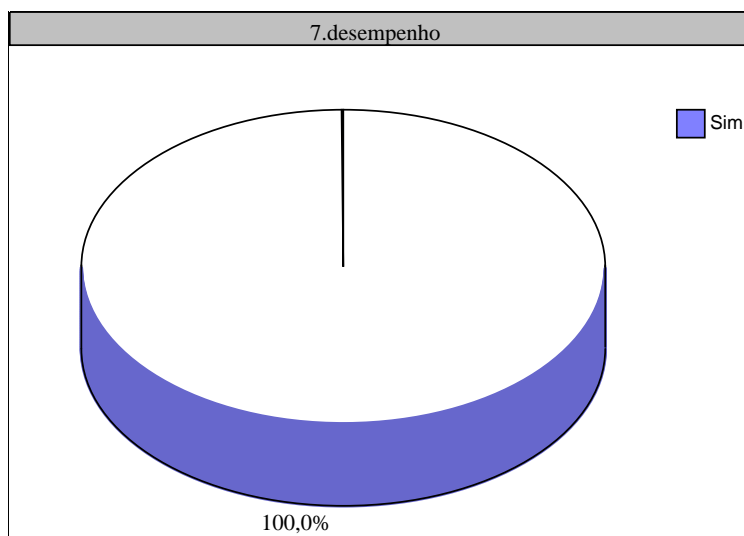
**Gráfico 5 - Motivação dos colaboradores**

Relativamente ao gráfico 5 pode-se constatar que 33,3% dos inquiridos consideram que o nível da sua motivação está relacionada com a formação constante e/ aprendizagem do uso das novas TIC; 26,7% refere-se à qualidade do relacionamento entre colegas da sua equipa; 20,0% à comunicação e informação eficaz dos assuntos de empresas; 13,3% à promoção da carreira, e 6,7% ao salário.



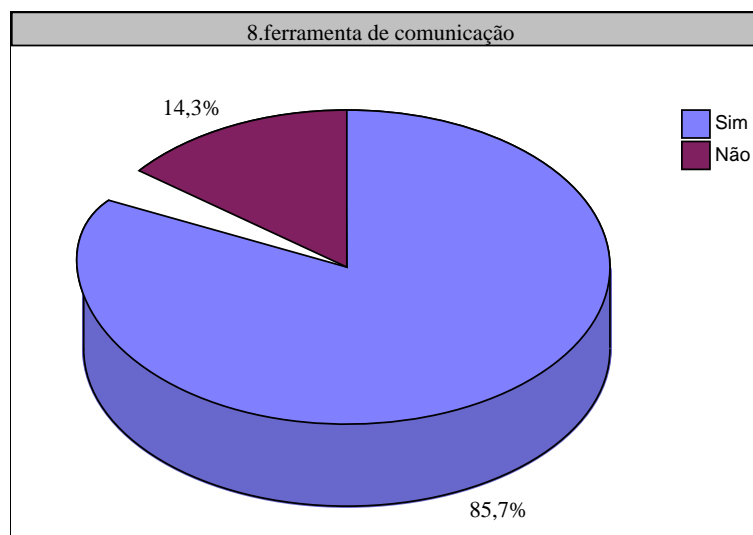
**Gráfico 6 - Exigências que o trabalho requer**

No gráfico 6 verifica-se que 85% dos inquiridos consideram que os instrumentos das TIC disponíveis no seu trabalho conseguem responder as exigências que o seu trabalho requer, porque foram desenvolvidas pela instituição para responder aos desafios proposto e 14,3% não consideram que os instrumentos das TIC disponíveis no trabalho conseguem responder as exigências que o seu trabalho requer.

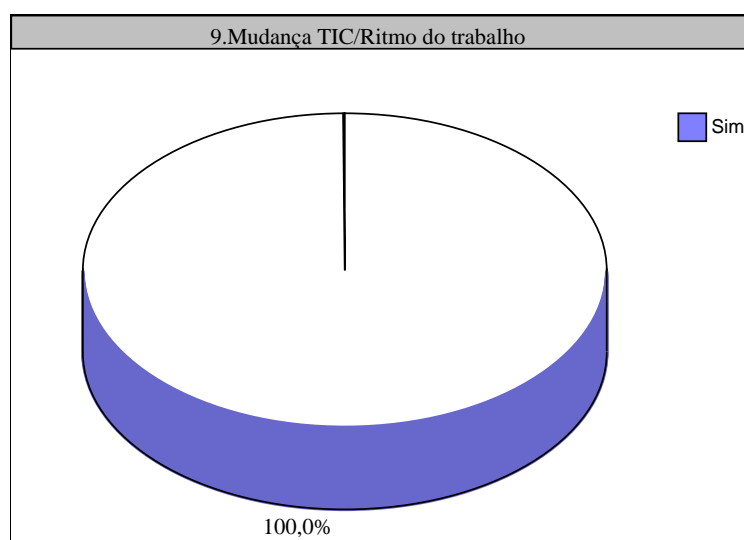


**Gráfico 7 - Desempenho dos colaboradores**

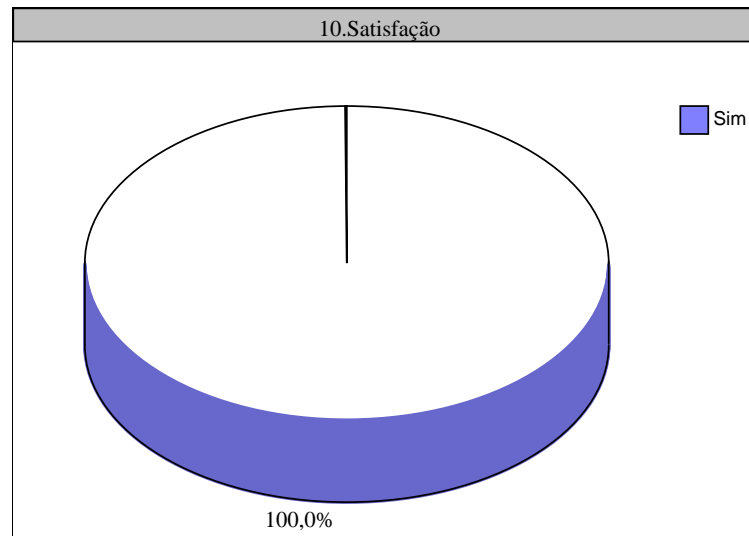
Em relação ao gráfico 7 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC enquanto instrumento de trabalho contribuem para o bom desempenho das suas tarefas, porque aumenta a rapidez na execução das tarefas.

**Gráfico 8 - Ferramentas de comunicação**

No que concerne ao gráfico 8 verifica-se que 85,7% dos inquiridos consideram que as TIC enquanto ferramenta de comunicação dentro do NOSI é eficaz, permite trocar informações sem deslocar e que 14,3% dos inquiridos não consideram que as TIC enquanto ferramenta de comunicação dentro do NOSI seja eficaz.

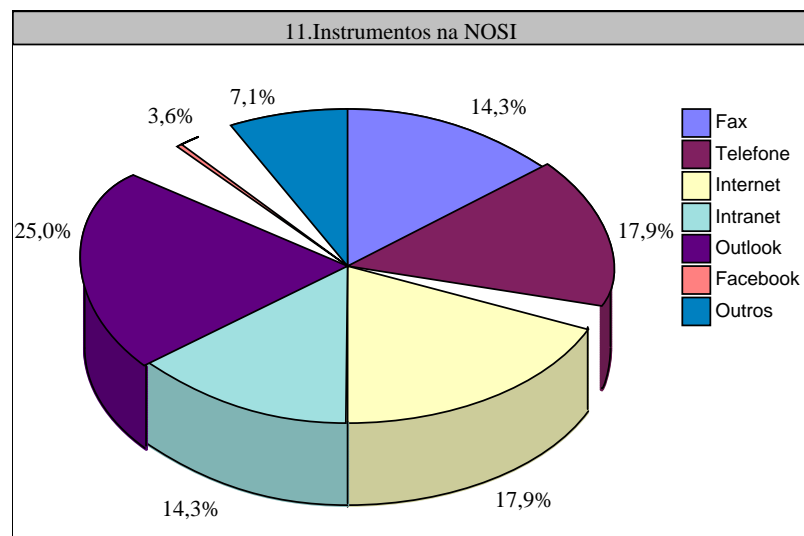
**Gráfico 9 - Mudança TIC/Ritmo de trabalho**

Em relação ao gráfico 9 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC mudaram o seu ritmo de trabalho no dia-a-dia, porque actualmente tudo é informatizado e de fácil acesso.



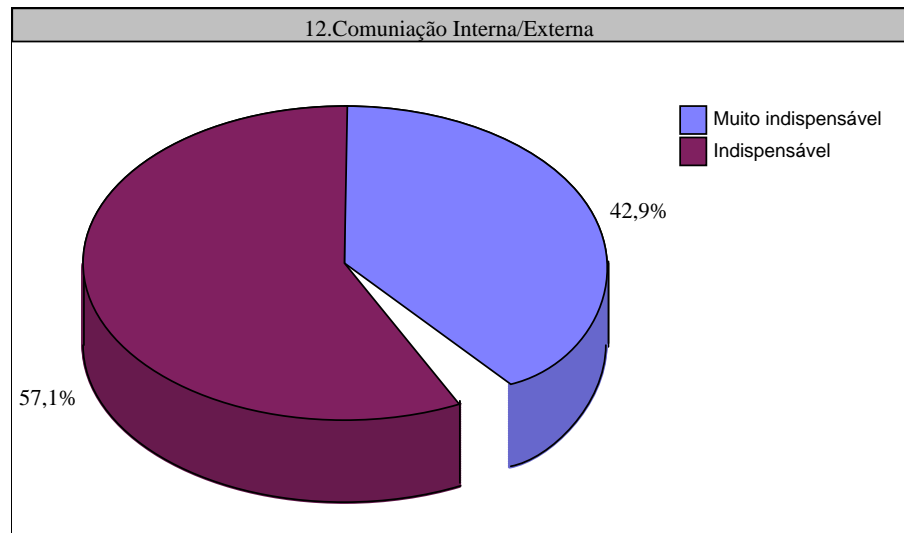
**Gráfico 10 - Satisfação dos colaboradores**

No que tange ao gráfico 10 verifica-se que 100% dos inquiridos consideram que as TIC gera satisfação no seu trabalho, porque responde ou ajuda a realizar os objectivos dos projectos e os resultados obtidos a tempo e hora conforme os objectivos traçados.



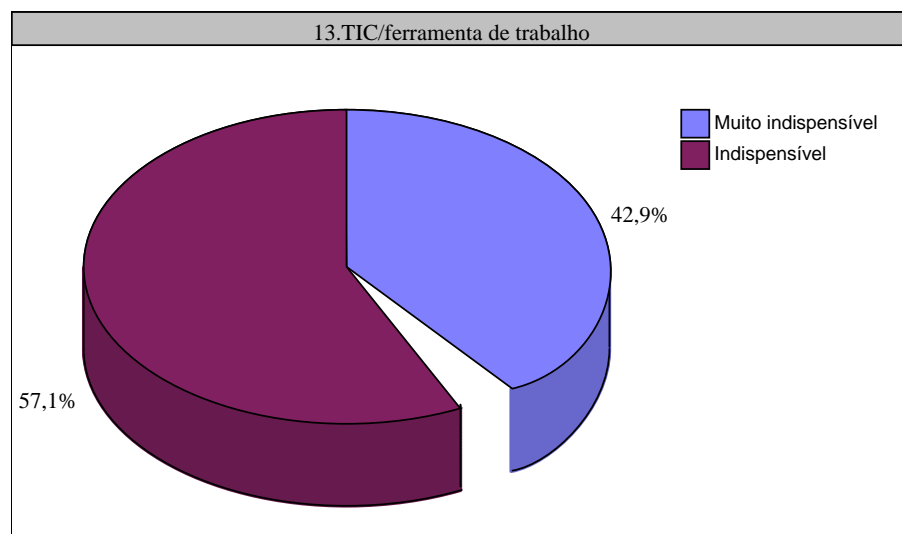
**Gráfico 11 – Instrumentos de comunicação no NOSI**

A partir das análises dos dados do gráfico 11 pode constatar-se que os NOSI dispõem de vários instrumentos de comunicação e que 25,0% utilizam o telefone, 17,9 % utilizam a internet, 17,9% utilizam a *outlook*, 14,3% utilizam o Fax, 14,3% utilizam a intranet, 7,1% utilizam outros instrumentos como o *G-talk*, *Sharepoint*, *Lyne Server*, *Link*, e que 3,6 utilizam o *facebook*.



**Gráfico 12 - Comunicação Interna/Externa**

Relativamente ao gráfico 12 verifica-se que 57,1% dos inquiridos consideram as TIC enquanto uma ferramenta de comunicação interna e externa, muito indispensável, porque facilita e reduz o custo, e que 42,9% dos inquiridos consideram as TIC indispensável, por ser mais eficaz e muito útil, e por atingir um público maior e possibilitar tomadas de decisão mais rápidas.



**Gráfico 13 - TIC/Ferramenta de Trabalho**

Em relação ao gráfico 13, verifica-se que 57,1% dos inquiridos consideram que as TIC enquanto uma ferramenta de trabalho muito indispensável, porque permite uma maior eficiência e eficácia no desenvolvimento de qualquer actividade e facilita a divulgação, e 42,9% dos inquiridos consideram as TIC indispensáveis, porque a rapidez, dinamismo, eficiência, maior produtividade e maior desempenho, isso tudo em curto período do tempo.

## **Apreciação Final dos Resultados**

Chegados ao final deste trabalho em termos de prática (inquérito e consequente estudo e análise dos resultados) concluímos que o funcionamento do NOSI é exemplar tanto na sua organização como no aproveitamento de todas as potencialidades inerentes às novas tecnologias.

Ao longo deste trabalho pode-se constatar que os colaboradores do NOSI se sentem realizados e engajados o que não nos permite qualquer chamada de atenção em termos de recomendações finais. As críticas, neste sentido, são as melhores.



## **Considerações Gerais Finais**

Em termos conclusivos no que concerne à análise da parte prática, bem como ao cômputo geral proposto no início do trabalho podemos ver que nos dias actuais com a evolução das TIC, as empresas têm de acompanhar de modo a atingir os objectivos preconizados, porque elas têm vindo a mudar drasticamente o modo de comunicação dentro das organizações, de forma segura gerando assim uma vantagem competitiva para as empresas e melhorando o desempenho das organizações. Elas são extremamente importantes para o bom funcionamento e sucesso das organizações e têm sido utilizadas como ferramentas para, melhorar os negócios da empresa e aumentar a eficácia das organizações.

As organizações estão mudando e precisam das TIC para acompanhar essas mudanças, mas para isso é necessário um leque de coisas a ser feito. É de realçar também que somente a implementação das TIC não é suficiente para alcançar essas melhorias, há que ter o envolvimento de todas as pessoas da organização, no sentido de capacitar o pessoal para poder acompanhar a evolução e apostar no sucesso da organização.

Conforme Toffler (2001) são ainda profundas as mudanças provocadas pela utilização de recursos informáticos no seio da organização, este tem tornando o tempo mais flexível em outros termos facilita o contacto de uma forma mais eficiente com outras pessoas ou a própria organização.

Na medida em que as organizações crescem e se desenvolvem, as suas necessidades estruturais se modificam e para que sejam eficientes têm de adoptar as TIC que induzirão a novas formas de administração e necessariamente, com características diferentes das adoptadas em organizações mais tradicionais.

De acordo com Santos (1999), ao introduzir as inovações tecnológicas fazem um conjunto de questões sobre o mesmo para saberem que contribuições trazem as organizações em 1º lugar, de forma a obter bons resultados nos seus negócios a partir da implantação de tecnologia de negócios.

Com base nas nossas inquietações postas inicialmente e as hipóteses lançadas na pesquisa, podemos ver que as TIC influenciam a comunicação interpessoal entre os colaboradores mas de uma forma positiva visto que enquanto ferramenta de comunicação ajudam no relacionamento entre os colaboradores porque facilita e dinamiza a troca de

informações em curto espaço de tempo. Podemos verificar que o NOSI, aposta fortemente nas TIC, visto ser uma instituição inovadora que pretende acompanhar as mudanças e as evoluções. Capacitar os colaboradores ou seja promover formações constantes aos colaboradores, uma vez que tem como objectivo atribuições e competências, a promoção e execução de medidas de política que mobilizem a sociedade, o sector privado e o sector público para o advento da sociedade de informação e de implementação das medidas que visem a modernização da estrutura organizacional da administração pública rumo à governação electrónica.

Na perspectiva de Lock (2003), as organizações precisam mudar profundamente a sua forma de pensar bem como a estratégia que utiliza para manter um bom profissional no que tange a formação constante, por causa do mercado que esta cada vez mais competitivo.

Para competir no mercado global, as empresas usam as TIC para atingirem os objectivos de uma forma eficiente em curto espaço do tempo, ou seja ela vem melhorando a forma de comunicar e expandir os seus serviços ou produtos a nível global. Por outro lado, a adopção das TIC permite que as empresas fiquem a par de todos os avanços tecnológicos e correspondem às preferências dos consumidores.

Para Albertin (2001), a organização precisa estabelecer em primeiro lugar a sua meta ou direcção, saber onde quer chegar e como fazer para lá chegar, estabelecendo assim as prioridades e também as outras áreas da organização precisam ter conhecimento e entender para poderem tirar o seu aproveitamento e potencialidade.

Segundo Sousa (2009), as tecnologias de informação diminui as tarefas repetitivas, dando assim mais tempo para fazerem outras actividades mais criativas, contribuindo para uma maior imagem perante clientes interno e externo, integração, desenvolvimento da comunicação e da difusão da informação e maior satisfação pessoal dos colaboradores ao produzirem com maior qualidade e desenvolvimento das suas competências.

Assim como vantagem pode-se também encontrar algumas conveniências, que são reacções de resistência à mudança por parte de alguns colaboradores com dificuldades de adaptação às tecnologias de informação ou até por factores de natureza psicológica, por isso é extremamente importante dar formação para os mesmos de forma a acompanhara evolução das tecnologias de informação e comunicação.

## Referências Bibliográficas

- ABREU, A. F.; REZENDE, D. A. (2001). *Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- ALBERTIN, A. L. (2001). *Valor estratégico dos projectos de tecnologia de informação*, *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 41, n.3, p. 42-50, jul./set.
- ANDRADE, António Rodrigues de. (2002). *Comportamento e Estratégias de Organizações em Tempos de Mudança sob a Perspectiva da Tecnologia da Informação*. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 09,nº 2,p.49-58, abril/junho
- ANGELONI, Maria Terezinha (org.) (2002). *Organizações do Conhecimento – Infra-estrutura, pessoas e tecnologias*. São Paulo: Saraiva.
- BALANCIERI, Renato; BOVO, Alessandro Botelho; KERN, Vinícius Medina; SANTOS PACHECO, Roberto Carlos; BARCIA, Ricardo Miranda (2005). *A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes*. *Revista Ciência da Informação*, Vol. 34, No 1,p. 64-77, jan./abr.
- CASTELLS, Manuel (1999). *A Sociedade em Rede*. 6ª Edição. São Paulo: Paz e Terra.
- CASTELLS, Manuel (2003). *A Galáxia da Internet – Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- CASTELLS, Manuel (2004). *A Galáxia Internet*. Av. Berna/Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Centro Internacional de Formação de Organização Internacional do Trabalho – CIFOIT (2005). *Técnicas de Investigação Social – Módulo 3: Planeamento Estratégico do Desenvolvimento Local*.
- COHEN, I.J. (1990). *Teoria da estruturação e práxis social*. In: GIDDENS, A; TURNER, J. (Org). *Teoria social hoje*. São Paulo: UNESP.
- DAMANTE, Nara (1999). *Boa comunicação interna é vantagem competitiva*. *Comunicação Empresarial*, São Paulo, n. 32, p. 25-28, terceiro trimestre.
- DRUCKER, Peter (2000). *The coming of the new organization*. *Harvard Business Review*, Jan. – Fev., pp. 4-12.

FERNANDES, A. A.; ALVES, M. M. (1992). *Gerência estratégica da tecnologia da informação: obtendo vantagens competitivas*. Rio de Janeiro: LTC.

FOUCAULT, M. (1986). *Microfísica do poder*. 6. ed. Rio de Janeiro: Graal.

FREITAS, H.; RECH I. (2003). *Problemas e ações na adoção de novas tecnologias de informação*, *Revista de Administração Contemporânea - RAC*, v. 7, p. 125-150.

GRAEML, A. R., (2000). *Sistemas de informação: o alinhamento da estratégia de TI com a estratégia corporativa*. São Paulo: Atlas.

HATCH, M. J. (1997). *Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives*. New York: Oxford University Press.

ISAÍAS Pedro e Sousa Dias, (1999). *Concepção e Pesquisa de Informação na Internet*. Lisboa.

KROENKE, 1992; LAUNDON, (1999). *As Tecnologias da Informação e Comunicação*.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (1997). *Relações Públicas e modernidade – novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. (2004). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. 8th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

LAURINDO, F. J. B. (2002). *Tecnologia da informação: eficácia nas organizações*. São Paulo: Futura.

LOCK, G. E. (2003). *Living, valuing and sharing – a case study of retaining It professionals in the British Columbia public service*, *Career Development International*, Vol. 8 No. 3, pp. 152-8.

LUCAS, H. C. (2000). *Information technology for management*. 7 ed. New York: McGraw-Hill.

MCCONNELL Jane (1998). *A Vantagem da Internet para as Empresas*. Av. Cintura do Porto de Lisboa. 1ª Edição.

MENDES, J. V.; ESCRIVÃO FILHO, E. (2002). *Sistemas integrados de gestão (ERP) em pequenas empresas*, *GESTÃO & PRODUÇÃO*, v.9, n.3, p.277-296, dez.

NATÉRCIO, Afonso (2005). *Investigação Naturalista em Educação – Um guia prático e crítico – 1ª Edição – Coleção em foco*

NEVES, J. M. S, SANTOS, F. C. A. (2005). *Integrando a implantação de tecnologias da informação aplicadas à gestão da produção com estratégias de recursos humanos*, *Revista Gestão Industrial, Ponta Grossa*, v. 01, n. 03, p. 081-090.

OLIVEIRA, D. P. R. (2001). *Sistemas de informações gerenciais*. 7. ed. São Paulo: Atlas.

RAMOS, Sérgio (Outubro de 2008) “*Tecnologia de Informação e Comunicação*” – *Conceitos básicos*.

REGO, Gaudêncio Torquato do. (1986). *Comunicação Empresarial /Comunicação Institucional*. São Paulo:Summus.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. (2002). *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*. São Paulo: Summus.

ROBBINS, S. P. (2000). *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1999). *As Técnicas da Comunicação e da Informação*. Lisboa. Presença.

SANTOS, E. M. (2001). *Aprisionamento Tecnológico: novos desafios da gestão das estratégias organizacionais na era da informação*, *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo, v. 08, n° 1, p. 61-67, jan/mar.

SANTOS JUNIOR, S.; FREITAS, H.; LUCIANO, E. M. (2005). *Dificuldades para o uso da tecnologia da informação*, *Revista de Administração*, RAE-eletrônica, v. 4, n. 2, Art. 20, jul./dez.

SANTOS, F. C. A. (1999). *Estratégia de recursos humanos: dimensões competitivas*. São Paulo: Atlas.

SCHMITT, C. A. (2004). *Sistemas integrados de gestão empresarial: uma contribuição no estudo do comportamento organizacional e dos usuários na implantação de sistemas ERP*. 283 p. Tese (Doutorado), Universidade federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

SÉRGIO, Sousa ( 2009). *Tecnologias de Informação. 6ª Edição Actualizada*. Lisboa

STEWART, Thomas A. (2001). *The Weath of Knowledge*. New York: Currency.

TAPSCOTT, D. (1997). *Economia digital: promessa e perigo na era da inteligência em rede*. São Paulo: Makron Books.

THAYER, L. O. (1972). *Princípios de comunicação na administração: comunicação e sistemas de comunicação na organização da administração e relações internas*. São Paulo: Atlas.

THOMPSON, John B.(1998). *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes.

TOFFLER, Alvin. (2001). *A Terceira onda*, 26.ª ed. Rio de Janeiro: Record.

TURNER, J. H. (2000). *Sociologia: conceitos e aplicações*. São Paulo: Makron Books.

QUIVY, Raymond; VAN Campenhoudt, Luc (1998). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

## Referências Sitográficas

[http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos\\_Comunicacao/pdfs/luisa\\_porto.pdf](http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/luisa_porto.pdf) P. 12, p. 19, p. 21, P. 37, P.97,11-05-2012, 9:44 horas

[http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/3923/novas\\_tecnologias\\_guimaraes.pdf?sequence=1](http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/3923/novas_tecnologias_guimaraes.pdf?sequence=1) P. 16, 17,26, 52, 53, 55, 57, 64, 1505-2012, 16:30

<http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaFernandaLermen.pdf> P.P. 50 12-06-2012, 23-07-2012, 17:43 horas

[http://noesis.usal.es/Documentos/Educare2006/arts\\_pdf/Sandra\\_Tomas.pdf](http://noesis.usal.es/Documentos/Educare2006/arts_pdf/Sandra_Tomas.pdf) p. 2 e 3, 08-08-2012, 16:00 horas

<http://www.repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/.../revisão%20literatura%202.pdf>.) P. 20, 10-09-2012, 11:11 horas

<http://www.portaleducacao.com.br/informatica/artigos/11777/a-importancia-da-informatica-na-empresa-nos-tempos-modernos>, 19-10-2012, 17:55 horas

[http://www.administradores.com.br/resources/files/modules/academics/academics\\_4208\\_2011062810](http://www.administradores.com.br/resources/files/modules/academics/academics_4208_2011062810) 16: 40 horas

<http://www.nosi.cv>, 22-11-12, 17:16 horas

[http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais\\_13/artigos/251.pdf](http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/251.pdf) P. 1 a 10, 16:45

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2522-1.pdf>, p. 2 a 10,10-12-12, 11:48 horas.

MIELCZUK, Luciana. *Considerações sobre a interactividade no contexto das novas mídias*. Disponível via [www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=37](http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=37) Acesso: 08/12/12, 10:45 horas.

MORAIS, Francilaine Munhoz de. *Discurso Jornalístico*. Disponível via [http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2004/12\\_franci.pdf](http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2004/12_franci.pdf) Acesso: 08/12/12, 15:30 horas.

MOREIRA, Elizabeth Huber; PON, Mônica Elisa Dias. *Novas tecnologias na Comunicação EmpresarialA intranet como ferramenta de comunicação interna*.

Disponível via [http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003\\_NP05\\_moreira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP05_moreira.pdf) Acesso: 08/12/12, 17:09 horas.

## **Anexos**

## Questionário

No âmbito da realização do trabalho de fim do curso Relações Públicas e Secretariado Executivo na Universidade de Cabo Verde – Escola de Negócios e Governação, pretende-se realizar um questionário que tem como principal objectivo analisar o papel das TIC dentro do processo organizacional.

Este inquérito destina-se exclusivamente para este fim, e para conseguirmos responder de forma credível às perguntas de partida deste, é necessário que responda este questionário com veracidade e de forma clara às questões que se seguem.

1. Acha que as TIC, enquanto ferramenta de comunicação ajudam no relacionamento entre os colaboradores?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

2. As TIC influenciam a forma de trabalho das pessoas dentro da organização, ou seja, a cultura organizacional?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

3. Acha que o surgimento das TIC, requer que os funcionários se habilitem de forma a acompanhar as tecnologias no mercado de trabalho?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_



4. Na sua opinião, as TIC disponíveis actualmente e as suas tendências futuras apresentam um desafio para os colaboradores desta instituição?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

**5. O nível da sua motivação está relacionada com:**

- a) Formação constante e/ aprendizagem do uso das novas TIC ☐
- b) A qualidade do relacionamento entre colegas da sua equipa ☐
- c) A comunicação e informação eficaz dos assuntos da empresa ☐
- d) A promoção da carreira ☐
- e) O Salário ☐

6. Os instrumentos das TIC disponíveis no seu trabalho conseguem responder as exigências que o seu trabalho requer?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

7. As TIC enquanto instrumento de trabalho contribuem para o bom desempenho das suas tarefas?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

8. Considera que o uso das TIC enquanto ferramenta de comunicação dentro da NOSI é eficaz?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

9. As TIC mudaram o seu ritmo de trabalho no dia-a-dia?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

10. O uso das TIC gera satisfação no seu trabalho?

Sim ☐

Não ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

11. Que tipo de instrumentos que a NOSI utiliza para comunicar e informar com os colaboradores?

Fax ☐

Telefone ☐

Internet ☐

Intranet ☐

Outlook ☐

Facebook ☐

Outros ☐

Quais? \_\_\_\_\_

12. Como considera as TIC enquanto uma ferramenta de comunicação interna e externa?

Muito indispensável ☐

Indispensável ☐

Dispensável ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

13. Como considera as TIC enquanto uma ferramenta de trabalho?

Muito indispensável ☐

Indispensável ☐

Dispensável ☐

Porquê? \_\_\_\_\_

Obrigada pela sua colaboração!